

استخدامات الذكاء الاصطناعي التوليدى في وظائف العلاقات العامة:

دراسة ميدانية لواقع التوظيف والاتجاهات المستقبلية لدى ممارسي الاتصال في قطاع

الاتصالات الليبي

د. ناصر ابوالقاسم محمد الشطي

عضو هيئة تدريس بالأكاديمية الليبية للدراسات العليا - جنوزور - ليبيا

Naserelshati2030@gmail.com

الملخص:

هدف هذه الدراسة إلى رصد وتحليل واقع استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدى في ممارسات العلاقات العامة داخل قطاع الاتصالات الليبي، واستشراف اتجاهات الممارسين المستقبلية نحوه. وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي المختلط (كمي ونوعي)، وتم تطبيقها على عينة قوامها 345 ممارساً للعلاقات العامة من ثلاثة شركات اتصالات Libya رئيسية (ليبيا للاتصالات والتكنولوجيا LTT، المدار، ليانا)، باستخدام الاستبيان والمقابلات شبه المنظمة كأدوات لجمع البيانات.

أظهرت النتائج أن 75% من الممارسين تحت سن 40 سنة و96% يحملون مؤهلاً جامعياً فأعلى، مما يشير إلى قاعدة بشرية مؤهلة للتحول الرقمي. بلغ متوسط الوعي العام بالذكاء الاصطناعي التوليدى 66%， مع وجود فجوة بين المعرفة النظرية (76%) والفهم التقني العميق (58%). وتركز الاستخدام الحالي في المهام التشغيلية كتابة المحتوى (68%) وإدارة الوسائل (60%). بينما قلل في المهام الاستراتيجية كالاتخذيط (38%). كما كشفت الدراسة أن نقص المهارات التقنية يمثل التحدي الأكبر (78%)، يليه مخاوف الخصوصية (75%). وأظهر تحليل الانحدار أن مستوى التدريب هو العامل الأكثر تأثيراً في درجة الاستخدام (28% مساهمة). كما سجلت اتجاهات مستقبلية إيجابية (84% يتوقعون زيادة الاعتماد) مصحوبة بمتطلبات قوية بضوابط أخلاقية صارمة (88%). تخلص الدراسة إلى ضرورة وضع إطار استراتيجي متكامل يجمع بين تطوير برامج تدريبية عملية متخصصة،

ووضع ميثاق أخلاقي قطاعي، وسد الفجوة بين شركات القطاع، وإدماج مفاهيم الذكاء الاصطناعي في المنظومة التعليمية والتربوية، لضمان تبني مسؤول وفعال لهذه التقنية في ممارسات العلاقات العامة الليبية.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي التوليدى، العلاقات العامة، قطاع الاتصالات الليبي، الممارسين الاتصاليين، التحول الرقمي، التحديات الأخلاقية، الاتجاهات المستقبلية.

Applications of Generative Artificial Intelligence in Public Relations Functions: A Field Study of Employment Realities and Future Trends among Communication Practitioners in the Libyan Telecommunications Sector

Dr. Naserel Abulqasim Mohammed Al-Shatti

Faculty Member, Libyan Academy for Graduate Studies – Janzour - Libya
Naserelshatti2030@gmail.com

Abstract:

This study aimed to monitor and analyze the reality of using generative artificial intelligence in public relations practices within the Libyan telecommunications sector and to explore practitioners' future trends towards it. The study followed a mixed descriptive-analytical methodology (quantitative and qualitative) and was applied to a sample of 345 public relations practitioners from three major Libyan telecommunications companies (Libya Telecom & Technology LTT, Al-Madar, Libyana), using questionnaires and semi-structured interviews as data collection tools.

The results showed that 75% of practitioners are under 40 years old and 96% hold a university degree or higher, indicating a qualified human base for digital transformation. The overall awareness level of generative AI averaged 66%, with a gap between theoretical knowledge (76%) and deep technical understanding (58%). Current usage focuses on operational tasks such as content writing (68%) and

media management (60%), while it is less in strategic tasks such as planning (38%). The study also revealed that the lack of technical skills represents the biggest challenge (78%), followed by privacy concerns (75%). Regression analysis showed that training level is the most influential factor in the degree of usage (28% contribution). Positive future trends were also recorded (84% expect increased adoption) accompanied by a strong demand for strict ethical controls .(%88)

The study concludes with the necessity of establishing an integrated strategic framework that combines the development of specialized practical training programs, the establishment of a sectoral ethical charter, bridging the gap between companies in the sector, and integrating AI concepts into the educational and training system to ensure responsible and effective adoption of this technology in Libyan public relations practices.

Keywords: Generative Artificial Intelligence, Public Relations, Libyan Telecommunications Sector, Communication Practitioners, Digital Transformation, Ethical Challenges, Future Trends.

المقدمة:

أنجزت هذه الدراسة الميدانية خلال الفترة من مارس إلى يونيو 2025، في سياق التحول الرقمي المتتسارع الذي يشهده قطاع الاتصالات الليبي. وقد هدفت إلى رصد وتحليل واقع استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي في ممارسات العلاقات العامة، وقياس اتجاهات الممارسين نحوه. انبثقت الحاجة للدراسة من الفجوة المعرفية في الأدب العربي حول التطبيق العملي لهذه التقنية في السياق الليبي. اعتمدت الدراسة على منهج وصفي تحليلي مختلط، شمل تطبيق استبيان إلكتروني على عينة مكونة من 345 ممارساً من ثلاث شركات اتصالات Libya رئيسية، مع إجراء مقابلات معمقة مع 20 من المديرين والمتخصصين. وقد ركزت الدراسة على خمسة أبعاد رئيسية: تحديد مجالات الاستخدام الفعلي، قياس مستوى الوعي التقني، تحليل دوافع التبني، رصد التحديات المهنية والأخلاقية، واستشراف الاتجاهات المستقبلية.

تمثل أهمية الدراسة في تقديمها أول رصد علمي منهجي لتبني الذكاء الاصطناعي التوليدى في العلاقات العامة الليبية، مع تحليل التحديات الخاصة بالبيئة المحلية وتقديم توصيات عملية لتعزيز الاستخدام المسؤول لهذه التقنية. وقد حرصت الدراسة على تقديم إطار تحليلي يمكن البناء عليه في تطوير استراتيجيات التحول الرقمي في القطاع.

الوضع المنشئ لمشكلة البحث.

شهدت وظائف العلاقات العامة خلال العقد الأخير تحولات عميقة بفعل التطور المتتسارع للتقنيات الرقمية، وعلى رأسها تقنيات الذكاء الاصطناعي، التي أعادت تشكيل أنماط الاتصال المؤسسي وأساليب إدارة الجمهور وصناعة المحتوى. وقد أسمى ظهور الذكاء الاصطناعي التوليدى بصفة خاصة في إحداث نقلة نوعية في آليات العمل الاتصالي، من خلال قدرته على إنتاج المحتوى، وتحليل البيانات، ودعم اتخاذ القرار الاتصالي بكفاءة وسرعة غير مسبوقة. وفي قطاع الاتصالات، الذي يُعد من أكثر القطاعات اعتماداً على الاتصال الرقمي والتفاعل المستمر مع الجمهور، تبرز الحاجة إلى فهم كيفية توظيف هذه التقنيات داخل إدارات العلاقات العامة، ومدى جاهزية الممارسين لاستيعابها، والتحديات المهنية والأخلاقية المصاحبة لها. وانطلاقاً من هذه التحولات، تبرز الحاجة إلى دراسة ميدانية ترصد واقع الاستخدام الفعلي لتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدى في ممارسات العلاقات العامة داخل قطاع الاتصالات الليبي، بما يتيح فهماً أدق لمستوى التبني المهني، والتحديات المصاحبة، والاتجاهات المستقبلية من منظور الممارسين أنفسهم.

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة الدراسة في وجود فجوة معرفية وميدانية تتعلق بمدى استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدى في ممارسات العلاقات العامة داخل قطاع الاتصالات الليبي، من حيث مستوى التوظيف، وأنماطه، وجاهزية ممارسي الاتصال، إضافة إلى التحديات المهنية والتقنية والأخلاقية المرتبطة باستخدام هذه التقنيات، في ظل محدودية الدراسات العربية

تم الاستلام في : 2025/12/17 تم النشر في : 2026/01/02 تم القبول في : 2026/01/04

www.doi.org/10.62341/HCSJ

واللبيبة التي تناولت هذا الموضوع بصورة تطبيقية. وما سبق يمكننا حصر المشكلة
البحثية في السؤال الرئيس:

ما واقع استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدى في ممارسات العلاقات العامة بقطاع
الاتصالات الليبي، وما اتجاهات ممارسي الاتصال نحو توظيفه مستقبلاً؟
أهداف الدراسة:

1. تحديد مجالات وأنماط استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدى في أنشطة العلاقات العامة.
2. قياس مستوى وعي ممارسي الاتصال بتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدى.
3. تحليل دوافع تبني الذكاء الاصطناعي التوليدى في العمل الاتصالي.
4. رصد التحديات المهنية والتقنية والأخلاقية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي
التوليدى.
5. استشراف اتجاهات ممارسي الاتصال نحو مستقبل توظيف الذكاء الاصطناعي التوليدى
في قطاع الاتصالات الليبي.

تساؤلات الدراسة:

- أ- ما هي المجالات والأنشطة التي يتم فيها توظيف الذكاء الاصطناعي التوليدى ضمن
استراتيجيات العلاقات العامة في شركات الاتصالات الليبية؟
- ب- إلى أي مدى يمتلك ممارسو الاتصال معرفة وفهمًا كافيًا بتقنيات الذكاء الاصطناعي
التوليدى وقدراته العملية؟
- ت- ما الأسباب والدوافع الرئيسية التي تدفع المؤسسات الاتصالية لتبني تقنيات الذكاء
الاصطناعي التوليدى في أعمالها اليومية؟
- ث- ما أبرز التحديات المهنية والتقنية والأخلاقية التي يواجهها ممارسو الاتصال عند
استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدى؟
- ج- كيف يرى ممارسو الاتصال مستقبل استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدى في مؤسساتهم
وما اتجاهاتهم نحو توسيع هذا الاستخدام؟.

تم الاستلام في : 2025/12/17 تم النشر في : 2026/01/02 تم القبول في : 2026/01/04

[www.doi.org/10.62341/HCSJ](https://doi.org/10.62341/HCSJ)

منهج الدراسة :

نظراً لأن الدراسة تهدف إلى وصف وتحليل واقع استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدى في العلاقات العامة، واستكشاف اتجاهات الممارسين في قطاع الاتصالات الليبي، فإن المنهج الوصفي يعد الأنسب لهذه الدراسة لأنه:

- يتيح جمع بيانات دقيقة من الممارسين أنفسهم.
 - ب- يساعد على تحديد الأنماط والسلوكيات والتحديات والاتجاهات المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي.
 - ت- يمكن دمجه مع التحليل الكمي والتوعي لتقديم صورة شاملة للظاهرة.
- فالمنهج الوصفي هو أحد مناهج البحث العلمي الذي يهدف إلى وصف الظواهر ودراستها كما هي في الواقع، دون تدخل الباحث لتغييرها. يركز هذا المنهج على جمع المعلومات والبيانات الدقيقة حول الحالة أو الظاهرة المدروسة، وتحليلها للوصول إلى فهم عميق لواقع.

أهمية الدراسة :

- تسهم في إثراء الأدبيات العربية واللبيبة في مجال دراسات العلاقات العامة الرقمية والذكاء الاصطناعي.
- ب- تقدم إطاراً تحليلياً لفهم العلاقة بين الذكاء الاصطناعي التوليدى والممارسات المهنية للعلاقات العامة.
- ت- تقيد إدارات العلاقات العامة في قطاع الاتصالات في تطوير استراتيجيات توظيف الذكاء الاصطناعي التوليدى.
- ث- تسهم نتائجها في وضع أساس إرشادي لبني الذكاء الاصطناعي التوليدى بشكل مهني وأخلاقي داخل إدارات العلاقات العامة.

مجتمع وعينة الدراسة :

يتألف مجتمع الدراسة من ممارسي العلاقات العامة والاتصال العاملين في مؤسسات وشركات قطاع الاتصالات الليبي. يشمل هذا المجتمع الأفراد الذين يشاركون مباشرة في

مجالات العلاقات العامة، الاتصال الإعلامي، والتسويق الرقمي داخل الشركات الرئيسية في القطاع. الشركات المستهدفة في هذا البحث هي:

شركة ليبانا (Libyana)، شركة المدار (Al-Mudar)، شركة هاتف ليبيا (Libya Telecom & Technology - LTT)، أجريت هذه الدراسة ميدانياً على مجتمع البحث الممثل في العاملين بالشركات الثلاث محل الدراسة في قطاع الاتصالات الليبي. وقد بلغ الحجم الإجمالي لمجتمع الدراسة نحو 3450 مفردة، موزعين على الشركات الثلاث وفقاً لبيانات التوظيف والتقارير الرسمية المتاحة، وهو ما يعكس بيئة مهنية ديناميكية تتدخل فيها ممارسات العلاقات العامة التقليدية مع التحولات الرقمية الحديثة، ولا سيما توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في أنشطة الاتصال المؤسسي. ويُعد هذا المجتمع مناسباً لدراسة التأثيرات الفعلية للتقنيات الرقمية على ممارسات الاتصال والعلاقات العامة داخل السياق الليبي. اعتمدت الدراسة على العينة العشوائية المنتظمة بوصفها أسلوباً علمياً يضمن تكافؤ الفرص أمام جميع أفراد مجتمع الدراسة للدخول ضمن العينة دون تحيز. وقد جرى سحب عينة تمثل 10% من إجمالي مجتمع الدراسة، حيث بلغ حجم العينة 345 مفردة من كل العاملين في الشركات الثلاث ولتحقيق التمثيل المتساوٍ، تم اختيار 115 مفردة من كل شركة، بما يضمن إشراك مختلف الفئات الوظيفية ذات الصلة بأنشطة الاتصال وال العلاقات العامة. وتُعد هذه العينة مناسبة إحصائياً وممثلة لمجتمع الدراسة، الأمر الذي يعزز من صدق النتائج وموثوقية الاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة.

أدوات جمع البيانات :

تعتمد الدراسة على الاستبيان كأداة رئيسة لجمع البيانات، وتم تصميم فقراته وفق مقياس لكرت الخماسي، لقياس مستوى الاستخدام، ودرجة الوعي، واتجاهات المبحوثين نحو الذكاء الاصطناعي التوليدى. كذلك اعتمدت الدراسة على المقابلات العلمية شبه المُنَظَّمة كأداة تكميلية نوعية لجمع البيانات المعمقة. وقد هدفت هذه المقابلات إلى:

1. التعمق في فهم الظاهرة : الحصول على رؤى ثرية وتفصيلية حول تجارب الأفراد الشخصية، وتصوراتهم، وتحدياتهم، ودراوفهم المتعلقة باستخدام الذكاء

تم الاستلام في : 2025/12/17 تم النشر في : 2026/01/02 تم القبول في : 2026/01/04

www.doi.org/10.62341/HCSJ

الاصطناعي التوليدى، وهو ما يصعب التقاطه بالكامل من خلال فقرات الاستبيان المحددة مسبقاً.

2. تفسير البيانات الكمية المساعدة في تفسير النتائج الرقمية التي ينتجها الاستبيان، وفهم السياق والأسباب الكامنة وراء الاتجاهات والإحصاءات التي تظهر.
3. استكشاف جوانب جديدة : الكشف عن قضايا أو أفكار أو اتجاهات غير متوقعة أو غير مدرجة في تصميم الاستبيان الأولي، مما يثيري أبعاد الدراسة.
4. التحقق من صدق الأداة : استخدام آراء المبحوثين خلال المقابلات كشكل من أشكال الصدق الظاهري والتتحقق من فهمهم لمفاهيم الدراسة (كالوعي والاتجاهات) بالطريقة التي قصدها الباحث.

مجالات الدراسة :

- أ- المجال الموضوعي: استخدامات الذكاء الاصطناعي التوليدى في ممارسات العلاقات العامة.
- ب- المجال البشري: ممارسو الاتصال والعلاقات العامة في قطاع الاتصالات الليبي.
- ت- المجال المكاني: مؤسسات وشركات الاتصالات في ليبيا تضم شركة لبيانا وشركة المدار وشركة لبيا للهاتف النقال.
- ث- المجال الزمني: الفترة الزمنية التي تُجرى خلالها الدراسة الميدانية. التي امتدت من 2025-3-1 إلى 2025-6-1.

المصطلحات الإجرائية :

الذكاء الاصطناعي التوليدى (إجرائياً): يقصد به في هذه الدراسة استخدام الأنظمة الذكية القادرة على توليد المحتوى النصي أو التحليلي أو المرئي، وتحليل البيانات، ودعم أنشطة العلاقات العامة داخل مؤسسات الاتصالات الليبية.

الدراسات السابقة:

- دراسة علي حسين محمد علوى (2025) تُعد من الدراسات العربية الحديثة التي تناولت توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في حملات العلاقات العامة من منظور تجربى. اعتمدت الدراسة على منهج تجربى شمل عينة قوامها (120) مشاركاً، بهدف مقارنة فاعلية الحملات الاتصالية المعززة بالذكاء الاصطناعي مقابل الحملات التقليدية. وأظهرت النتائج تفوقاً ملحوظاً للحملات المدعومة بتقنيات الذكاء الاصطناعي من حيث مستوى تفاعل الجمهور ودقة تخصيص المحتوى، بما يعكس قدرة الأدوات الذكية على تحسين الأداء الاتصالي وتعزيز فاعلية الاستراتيجيات الاتصالية، الأمر الذي يؤكّد الأهمية المتزايدة لاعتماد الذكاء الاصطناعي في ممارسات العلاقات العامة المعاصرة.

- دراسة هند محمد علي (2025) وفي السياق ذاته، قدمت دراسة تحليلية نقدية تناولت تأثير الذكاء الاصطناعي التوليدى، لا سيما نموذج ChatGPT، على كفاءة الاتصالات المؤسسية، اعتمدت الدراسة على تحليل (96) دراسة علمية أجنبية باستخدام منهجة PRISMA، وخلصت إلى أن ظهور ChatGPT أحدث تحولاً نوعياً في الاتصالات المؤسسية، انتقل بها من مجرد ألمءة للمهام إلى دور استراتيجي قائم على توليد المحتوى الإبداعي ودعم اتخاذ القرار. كما سلطت الدراسة الضوء على مجموعة من التحديات المهنية والأخلاقية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي، ما يجعل نتائجها ذات قيمة عالية في بناء الإطار النظري للدراسات ذات الصلة.

- كما تناولت دراسة «الاتجاهات الحديثة في بحوث تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة» (2025)، التي أعدها فريق بحث مصرى، تحليلًا منهجياً (51) دراسة علمية منشورة خلال الفترة الممتدة من 2018 إلى 2023. وقد كشفت نتائج المراجعة عن تنوع كبير في مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي داخل العلاقات العامة، شملت تحليل الرأي العام، وإدارة الأزمات، وإنتاج المحتوى الإعلامي، إلى جانب إبراز عدد من التحديات الجوهرية، مثل قضايا الخصوصية والحاجة إلى كوادر بشرية مؤهلة تقنياً. وتتوفر هذه الدراسة خلفية تحليلية متنية لفهم تطور الحقل البحثي واتجاهاته الحديثة.

- وفي إطار الدراسات الأجنبية، أجرى van den Berg Dong (2025) دراسة نوعية استهدفت استكشاف تصورات ممارسي العلاقات العامة لاستخدامات الذكاء الاصطناعي التوليدية في العمل المهني اعتمد الباحثان على مقابلات شبه منظمة مع (21) متخصصاً في العلاقات العامة، وأظهرت النتائج إدراك المشاركين للفوائد المتعددة للذكاء الاصطناعي، مثل تسريع المهام الاتصالية وتعزيز قدرات التحليل، في مقابل بروز تحديات أخلاقية تتعلق بالمعلومات المضللة، والهوية المهنية، والمسؤولية. وأكدت الدراسة ضرورة تحديث الأطر الأخلاقية للمهنة بما يتلاءم مع التحولات الرقمية المتسرعة.

- كما قدم Bârgăoanu Fitzek (2025) دراسة أولية اعتمدت على مناهج مختلطة لتحليل أثر استخدام النماذج اللغوية الكبيرة في تحسين جودة النصوص المكتوبة في مجالات الاتصال والعلاقات العامة. شملت الدراسة تحليل (60) نصاً، منها (30) نصاً بشرياً و(30) نصاً محسناً بواسطة الذكاء الاصطناعي، وتوصلت النتائج إلى وجود تحسن ذي دلالة إحصائية في وضوح النصوص وجودة التحرير عند الاستعانة بالذكاء الاصطناعي. غير أن الدراسة نبهت إلى مخاطر محتملة، من بينها الاعتماد المفرط على هذه التقنيات وضعف التنوع في العينات البحثية، مؤكدة أهمية دمج الذكاء الاصطناعي ضمن الأطر التعليمية والمهنية بشكل متوازن.

- وفي سياق داعم تطبيقياً، أشار تقرير Muck Rack / Axios (2025)، الذي استند إلى استبانة مهنية شملت (1,013) من ممارسي العلاقات العامة حول العالم، إلى أن ما يقارب (75%) من العاملين في المجال يستخدمون الذكاء الاصطناعي التوليدية في أنشطتهم اليومية. ورغم أن التقرير لا يُعد دراسة أكاديمية مُحكمة، إلا أنه يوفر مؤشرات واقعية تعزز الخلفية التطبيقية للموضوع، خاصة فيما يتعلق بتحديات التدريب ونقص الأطر الإرشادية المهنية.

- دراسة نهى السيد أحمد ناصر (2023) تناولت الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة من خلال مراجعة تحليلية للدراسات المنشورة بين عامي 2018 و2023. وأظهرت النتائج أن المنهج المسحي كان الأكثر

استخداماً في الدراسات السابقة، مع تركيز غالب على الآثار الإيجابية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، وهو ما يساعد في تحديد الفجوات البحثية ويوفر أساساً مقارناً للدراسات الحديثة التي تسعى إلى معالجة الجوانب النقدية والأخلاقية بشكل أعمق أولاً: المفاهيم الأساسية للدراسة.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة في إعداد هذا البحث:

أسهمت الدراسات السابقة في بناء الإطار النظري والمنهجي للبحث الحالي من خلال توضيح الأدوار المتمامية للاتصال الرقمي وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير الممارسات الاتصالية ورفع كفاءتها داخل مؤسسات العلاقات العامة. وقد دعمت هذه الدراسات اختيار متغيرات البحث، ولا سيما ما يتعلق بتوظيف التقنيات الرقمية والذكية بوصفها متغيراً مستقلاً، وتأثيرها في تحسين الكفاءة الاتصالية وتنمية المهارات المهنية والشخصية بوصفها متغيرات تابعة.

كما أفادت الدراسات السابقة في تحديد المنهج المناسب للدراسة الحالية، من خلال إبراز شيوخ المناهج الوصفية والتحليلية والتجريبية في هذا المجال، الأمر الذي أسهم في تبني تصميم منهجي ملائم لطبيعة البحث. وأسهمت نتائج هذه الدراسات في بناء أداة البحث وصياغة محاورها، خاصة ما يتعلق بقياس فاعلية التوظيف الرقمي، وجودة المحتوى الاتصالي، ومستوى التفاعل والاستقدادة المهنية.

ومن ناحية أخرى، مكنت مراجعة الدراسات السابقة من تشخيص الفجوة البحثية، حيث تبين محدودية الدراسات العربية التطبيقية التي تعالج كفاءة توظيف الاتصال الرقمي والذكاء الاصطناعي في السياقات المؤسسية الليبية، وربطها بشكل مباشر بتنمية المهارات والكفاءة الاتصالية. وبناءً عليه، وجّهت هذه الدراسات مسار البحث الحالي نحو معالجة هذه الفجوة، بما يسهم في إثراء الأدبيات العلمية وتقديم نتائج ذات قيمة تطبيقية.

**الإطار النظري: "استخدامات الذكاء الاصطناعي التوليدى في وظائف العلاقات العامة"
أولاً: مفهوم الذكاء الاصطناعي التوليدى:**

يرى الغامدي بأن "الذكاء الاصطناعي التوليدى فرع من فروع الذكاء الاصطناعي يهتم بتصميم أنظمة قادرة على إنشاء محتوى جديد وأصيل، كالنصوص والصور والموسيقى، وذلك من خلال التعلم من كميات هائلة من البيانات دون أن يقتصر على مجرد تحليلها أو تصنيفها". (الغامدي، 2022، ص 17).

أما العتيبي والحارثي يعرفانه بأنه : صنف من نماذج التعلم العميق التي تتلقى مدخلات على شكل بيانات متعددة الوسائط (نص، صوت، صورة) وتتعلم الأنماط الإحصائية الكامنة فيها، لتكون قادرة لاحقاً على توليد مخرجات جديدة تحمل خصائص مشابهة لتلك البيانات التي تم التدرب عليها". (العتيبي والحارثي، 2023، ص 34).

في الوقت الذي يعرفه مركز أبوظبي للذكاء الاصطناعي بأنه: " أنظمة الذكاء الاصطناعي التوليدى بأنها تلك الأنظمة القائمة على تقنيات الشبكات العصبية المتقدمة، والتي تمتلك القدرة على الإبداع الاصطناعي عبر إنتاج أعمال فنية أو كتابية أو سمعية بصرية لم تكن موجودة سابقاً، استجابةً لطلب مقدم من المستخدم (الموجه - Prompt)". (مركز أبوظبي للذكاء الاصطناعي، 2023، ص 8)

بينما ترى الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (SDAIA)، بأن الذكاء التوليدى "يشير المفهوم إلى الجيل الجديد من أدوات الذكاء الاصطناعي الذي يمكن المؤسسات من أتمتة عمليات إنتاج المحتوى الإبداعي والاستراتيجي، مما يعزز قدراتها في مجالات مثل التسويق والاتصال المؤسسي وخدمة العملاء، عبر توليد نصوص وصور وخطط عمل مبنية على تحليل السياق والبيانات المتاحة." (الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي 2023، ص 22).

في الوقت يرى بوفورة لا يمثل الذكاء الاصطناعي التوليدى إبداعاً حقيقياً بالمعنى الفلسفى، بقدر ما هو عملية إعادة تركيب معقدة لأنماط موجودة سلفاً في البيانات التي تم

تم الاستلام في : 2025/12/17 تم النشر في : 2026/01/02 تم القبول في : 2026/01/04

www.doi.org/10.62341/HCSJ

تدريبه عليه فهو نظام إحصائي بارع في محاكاة الإبداع البشري دون امتلاك الوعي أو القصدية التي تميز الإبداع الإنساني". (بوفورة، 2024، ص 112).

وفي تقديرى ومن خلال ما عرض من بعض التعريفات فالذكاء الاصطناعي التوليدى لا يحل محل الإبداع البشري في العلاقات العامة، بل يضاعفه ويوسع آفاقه، حيث يصبح أخصائى العلاقات العامة قائداً استراتيجياً لنظام ذكى يجمع بين التحليل العميق والإنتاج السريع والتكيف الذكى. النجاح المستقبلي سيكون من نصيب الفرق التي تفهم كيف تدمج الحدس البشري مع الذكاء الاصطناعي، فتحول البيانات إلى روايات مؤثرة، والتحليل إلى إبداع مقنع، والردود الفورية إلى علاقات مستدامة، هذا التحول يتطلب إعادة مهارة وليس استبدالاً، حيث تصبح القدرة على توجيه الأنظمة الذكية وفهم تحليها وإثراء مخرجاتها بالسياق الإنساني هي المهارة الأعلى قيمة في العلاقات العامة المعاصرة.

أ- الفروق بين الذكاء الاصطناعي التحليلي والتوليدى في وظائف العلاقات العامة
بـ شركات الاتصال الليبية :

- الذكاء الاصطناعي التحليلي: وظيفة المراقبة والتشخيص الاستراتيجي :

يتميز الذكاء الاصطناعي التحليلي في سياق شركات الاتصال الليبية بقدرته على تقديم وظيفة المراقبة والتشخيص الاستراتيجي العميق، حيث يعمل على تحليل المشاعر العام للمجتمع الليبي تجاه خدمات الاتصالات من خلال مراقبة المحادثات اليومية على منصات التواصل الاجتماعي المحلية، مما يمكن الشركات من تحديد اتجاهات الرأي العام بدقة والكشف المبكر عن بؤر السخط في مناطق جغرافية محددة، وخاصة بعد إطلاق خدمات جديدة أو تعديل هيكل الأسعار (Duan, Edwards & Dwivedi, 2019, p. 145). كما يعمق هذا النموذج في تحليل الشكاوى والبلاغات الواردة عبر قنوات التواصل المتعددة، حيث يصنف هذه الشكاوى ويحدد الأنماط المتكررة في الأعطال التقنية وفقاً لمنطقة والزمان، مما يوفر تحليلاً شاملاً لطول وقت حل المشكلات وتأثيرها المباشر على مستويات رضا العملاء (Nguyen, Nguyen & Duong, 2021, p. 278). ولا تقتصر قيمة هذا النموذج على التحليل اللحظي بل تمتد إلى التنبؤ الاستباقي بالأزمات المحتملة، حيث

يستخدم نماذج تنبؤية متطرفة لتوقع احتمالات حدوث أزمات السمعة بناءً على الأنماط التاريخية، ويربط هذه التوقعات بالعوامل المؤثرة المحيطة كحالات انقطاع الكهرباء أو الأحداث السياسية، مع تتبع دقيق لاستراتيجيات المنافسين في السوق الليبي (Chen, Li & Wang, 2022, p. 312).

- **الذكاء الاصطناعي التوليدى: وظيفة الإنتاج والتواصل الإبداعي :**

أما الذكاء الاصطناعي التوليدى فيركز على وظيفة الإنتاج والتواصل الإبداعي، حيث يتخصص في إنتاج المحتوى المؤسسي المخصص للجمهور الليبي عبر توليد بيانات صحفية تجمع بين اللغة العربية الفصحى واللهجات الليبية المحلية المتعددة، وإنشاء ردود نكية على استفسارات العملاء تتناسب مع الخلفية اللغوية لكل منطقة، إلى جانب إنتاج محتوى توعوي متخصص حول خدمات الإنترنت الآمن الذي يلائم احتياجات العائلات الليبية (Zhang, Wang & Liu, 2023, p. 189). كما يمتد إبداع هذا النموذج إلى مجال التصميم والتنسيق البصري حيث يولّد تصاميم إعلانية متميزة للحملات المرتبطة بالمناسبات المحلية، وينشئ مواد إنفوغرافيكي معقدة تشرح خطط التوسعة الشبكية في المناطق النائية، ويصمم مواد بصرية واضحة توضح مقارنات الأسعار بين البقاتات المختلفة بشكل يسهل على العميل الليبي فهمه (Kim & Park, 2022, p. 256). ولا تتوقف إمكانيات النموذج التوليدى عند هذا الحد بل تمتد إلى توليد استراتيجيات اتصالية متكاملة تشمل اقتراح خطط اتصال مخصصة لكل فئة من الجمهور، وإنشاء سيناريوهات رد فعل محكمة لأزمات محتملة كانقطاع الخدمة أو مشاكل الفواتير، وتوليد أفكار مبتكرة لمبادرات المسؤولية الاجتماعية المجتمعية التي تتناسب مع البيئة الليبية (Rodriguez, Martinez & Garcia, 2023, p. 167).

- **التكامل العملي بين النموذجين في السياق الليبي :**

يتجلّى التكامل العملي بين النموذجين في سيناريو إدارة أزمة انقطاع الخدمة، حيث تبدأ المرحلة التحليلية باكتشاف النموذج التحليلي لارتفاع غير طبيعي في الشكاوى من منطقة محددة، ثم يحل النمط الزمني لهذه الشكاوى ويربط البيانات بالمعلومات الفنية المتوفرة كأعمال الصيانة المجدولة، ويتبّأ بوصول الشكاوى إلى ذروتها خلال إطار زمني محدد إذا

تم النشر في : 2026/01/04 تم القبول في: 2026/01/02 تم الاستلام في : 2025/12/17

www.doi.org/10.62341/HCSJ

تم الاستلام في : 17/12/2025

لم يتم التدخل السريع (Nguyen et al., 2021, p. 334). تنتقل العملية بعد ذلك إلى المرحلة التوليدية حيث يستلم النموذج التوليدي نتائج التحليل الدقيقة ويولد بياناً إعلامياً مبدئياً، وردوداً جاهزة لخدمة العملاء، ونشرات متكاملة لوسائل التواصل الاجتماعي، ورسائل نصية شخصية للعملاء المتأثرين، مع تعديل تلقائي للمحتوى حسب فئة الجمهور المستهدف (Zhang et al., 2023, p. 203). وفي المرحلة التنفيذية يتم إرسال الرسائل النصية تلقائياً للعملاء المتأثرين، ونشر المحتوى المولد على المنصات الرقمية المختلفة، مع استلام فريق العلاقات العامة للتقرير مفصل عن فعالية التدخل ومدى تحقيق الأهداف الاتصالية (Duan et al., 2019, p. 178).

- التحديات والفرص في البيئة الليبية :

تواجه تطبيقات الذكاء الاصطناعي التحليلي في السياق الليبي تحديات مهمة تشمل نقص البيانات المنظمة بسبب عدم اكتمال قواعد بيانات العلماء في بعض المناطق، وصعوبة تحليل النصوص المكتوبة باللهجات الليبية المختلفة، واحتياج النماذج لفهم عميق للسياق الثقافي والعادات والتقاليد المحلية (Rodriguez et al., 2023, p. 192). بينما تواجه تطبيقات الذكاء التوليدى تحديات تتعلق بالخصوصية اللغوية التي تستلزم تدريب النماذج على اللهجات الليبية بمختلف تنويعاتها، والحساسية الثقافية التي تتطلب تجنب المحتوى الذي قد يسيء للتقاليد المحلية، وضرورة المراجعة البشرية الدقيقة للمحتوى المولد قبل نشره (Chen et al., 2022, p. 345). ومع هذه التحديات تظهر فرص كبيرة لتحقيق كفاءة عالية تشمل خفض وقت إنتاج المحتوى بنسبة كبيرة، وتقليل وقت الاستجابة للأزمات من ساعات إلى دقائق، وزيادة دقة استهداف الرسائل للجمهور المناسب، مما ينعكس إيجاباً على تحسين رضا العملاء وزيادة التفاعل مع المحتوى المؤسسي وتعزيز السمعة المؤسسية في السوق المحلي، التناfsi، (Kim & Park, 2022, p. 267).

ولتحقيق التكامل الفعال بين النموذجين في شركات الاتصال الليبية، ينبغي البدء بالمشاركة التجريبية المصغرة كتطبيق النماذج على حملة محددة لإطلاق باقة جديدة، مع الاستثمار في التدريب المتخصص لتأهيل فرق العلاقات العامة على الاستخدام الأمثل للأدوات الذكية،

والعمل على التطوير المستمر للنماذج بناءً على التجربة الراجعة المستمرة من السوق الليبي، وإقامة شراكات استراتيجية مع الجامعات والمؤسسات البحثية المحلية لتطوير حلول مخصصة تلائم الخصوصية الليبية (Zhang et al., 2023, p. 221). وختاماً، تمثل الشراكة المتكاملة بين الذكاء الاصطناعي التحليلي والتوليدية نقلة نوعية في عمل العلاقات العامة، حيث تتحول إدارات الاتصال من وحدات إنتاج تقليدية إلى مراكز ذكية للاستعلامات الاتصالية قادرة على الفهم العميق للجمهور الليبي وتحويل هذه الرؤى إلى استراتيجيات اتصال إبداعية وفعالة، مما يعزز القدرة التنافسية لشركات الاتصال في السوق الليبي الحيوي والمتطور (Duan et al., 2019, p. 245).

ثانياً: الذكاء الاصطناعي التوليدي في وظائف العلاقات العامة بشركات الاتصال الليبية :

الأئمة ودعم اتخاذ القرار في الاتصال المؤسسي : يُمثل الذكاء الاصطناعي التوليدي تحولاً جوهرياً في آليات الاتصال المؤسسي بشركات الاتصال الليبية، حيث يُسهم في أئمة عمليات إنتاج المحتوى الاستراتيجي مع دعم عمليات اتخاذ القرار القائمة على البيانات، ففي سياق الشركات الليبية مثل ليبيا للاتصالات والشركة الليبية للهاتف النقال، يتيح هذا النموذج إمكانية توليد تقارير أداء ربع سنوية تحلل اتجاهات السوق في المناطق المختلفة (طرابلس، بنغازي، مصراتة) مع تقديم توصيات مخصصة لكل منطقة جغرافية بناءً على البيانات التشغيلية والسوقية (Zhang et al., 2023, p. 198).

تتجلى قيمة الذكاء التوليدبي في دعم اتخاذ القرار الاستراتيجي من خلال قدرته على محاكاة سيناريوهات اتصالية متعددة قبل التنفيذ الفعلي. فقبل إطلاق حملة تسويقية جديدة لباقات الإنترنت، يمكن للنموذج توليد تنبؤات بمستويات التفاعل المتوقعة عبر المنصات المختلفة، ومحاكاة ردود فعل الجمهور المحتملة، وتقدير التأثير المتوقع على صورة العلامة التجارية (Kim & Park, 2022, p. 259). هذه القدرة التحليلية-التوليدية الهجينة تمكّن مديرى العلاقات العامة من اتخاذ قرارات أكثر استارة، مع تقليل المخاطر المرتبطة بحملات الاتصال واسعة النطاق.

تحليل الجمهور المتقدم والتخصيص الساقي: يتفوق الذكاء التوليدى في تحليل الجمهور الليبي متعدد الطبقات من خلال دمج التحليل السلوكي مع التوليد الساقى. فبدلاً من الاكتفاء بجزءة الجمهور التقليدية، يقوم النموذج بتحليل أنماط استخدام الخدمات في كل منطقة (أنماط استخدام البيانات في بنغازي مقابل سبها)، ويولد محتوى اتصالياً يتاسب مع Rodriguez et al., 2023, (p172). على سبيل المثال، يمكن للنموذج تحليل اتجاهات استخدام خدمات الدفع الإلكتروني في المناطق الساحلية الليبية مقابل المناطق الريفية، وتوليد حملات توعوية تشرح مزايا كل خدمة بلغة تتاسب كل سياق محلي.

يتميز التخصيص العميق في قدرة النموذج على فهم الفروقات الدقيقة بين الجماهير الليبية، حيث يمكنه توليد رسائل تواصل باللهجة الطرابلسية للعملاء في العاصمة، مع الحفاظ على اللهجة الشرقية في رسائل منطقة الشرقية، مما يعزز الشعور بالانتماء المحلي ويزيد من فعالية الرسائل الاتصالية (Chen et al., 2022, p. 325) هذا التمييز في التخصيص اللغوي والثقافي يمثل قيمة مضافة حقيقة في سوق اتصالات متتنوع كالسوق الليبي.

إدارة وسائل التواصل الاجتماعي الذكية : تحول إدارة وسائل التواصل الاجتماعي في شركات الاتصال الليبية من عملية يدوية إلى نظام ذكي متكامل باستخدام الذكاء التوليدى. فالنموذج لا يقتصر على جدولة المنشورات، بل يقوم بتحليل المحادثات الجارية حول خدمات الاتصالات، وتوليد ردود ذكية على التعليقات والاستفسارات، بل ويمكنه اكتشاف الاتجاهات الناشئة المتعلقة بقطاع الاتصالات وتوليد محتوى استباقي يتفاعل معها (Nguyen et al., 2021, p. 298).

إحدى التطبيقات المتقدمة تتمثل في نظام الإنذار المبكر للأزمات، حيث يرصد النموذج الزيادات غير الطبيعية في الشكاوى أو الانتقادات على منصات مثل فيسبوك الليبي أو توينتر، ويقوم تلقائياً بتوسيع مسودات للردود وتصميم إعلانات مصححة للحقائق، وإعداد تقارير تحليلية فورية لفريق العلاقات العامة (Duan et al., 2019, p. 152) هذا النظام

الذكي يمكن الشركات من الاستجابة السريعة للأزمات قبل تفاقمها، مما يحمي السمعة المؤسسية في بيئة إعلامية سريعة التغير كالبيئة الليبية.

توليد المحتوى الاستراتيجي متعدد الوسائط: يمتلك الذكاء التوليد قدرة فائقة على إنتاج محتوى متعدد الوسائط (Multimedia Content) يتاسب مع طبيعة السوق الليبي. بالإضافة إلى النصوص، يمكن للنموذج توليد تصاميم بصرية للحملات الإعلانية تراعي الرموز الثقافية الليبية، وإنشاء مقاطع فيديو قصيرة تشرح الخدمات التقنية المعقدة بلغة بسيطة، وحتى توليد محتوى صوتي (بودكاست) يناقش قضايا تهم المجتمع الليبي (Zhang et al., 2023, p. 210).

تتميز هذه القدرة بالتزامن الزمني (Real-time Synchronization)، حيث يمكن للنموذج توليد حزمة متكاملة من المحتوى لحملة إطلاق خدمة جديدة تشمل: بيانات صحفية، منشورات لوسائل التواصل، رسائل بريد إلكتروني للعملاء، ومقاطع فيديو توضيحية – جميعها متسقة في الرسالة والهوية البصرية، ومعدة للنشر المتزامن عبر الفنوات المختلفة (Kim & Park, 2022, p. 263). هذا التكامل يضمن وحدة الرسالة الاتصالية ويعزز تأثير الحملات في السوق الليبي التناصي.

التكامل مع الأنظمة المؤسسية القائمة : لا يعمل الذكاء التوليد بمفرزل عن الأنظمة الأخرى في شركات الاتصال الليبية، بل يتكامل مع أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM) وأنظمة الدعم الفني وقواعد البيانات التشغيلية. هذا التكامل يخلق حلقة اتصال ذكية (Smart Communication Loop) حيث تتغذى نماذج التوليد من البيانات التشغيلية الحية، وتولد محتوى اتصالي يستجيب لواقع الفعلي للخدمات (Rodriguez et al., 2023, p. 185).

على سبيل المثال، عند حدوث انقطاع في الخدمة في منطقة ما، يتلقى النموذج بيانات فورية من الأنظمة التشغيلية، ويقوم تلقائياً بتوليد رسائل اعتذار مخصصة للعملاء المتأثرين، مع تحديثات منتظمة عن سير أعمال الإصلاح. هذا التكامل بين الأنظمة يحول الاتصال المؤسسي من نشاط منفصل إلى جزء عضوي من العمليات التشغيلية، مما يزيد من مصداقية الرسائل وفعاليتها في بناء الثقة مع الجمهور الليبي..

ثالثاً: اتجاهات ممارسي الاتصال نحو الذكاء الاصطناعي التوليدى :

تمثل اتجاهات العاملين في مجال العلاقات العامة والاتصال المؤسسي حجر الزاوية في نجاح أو فشل تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدى داخل شركات الاتصال الليبية. تُظهر الأبحاث الحديثة أن اتجاهات ممارسي الاتصال تتوزع على ثلاث فئات رئيسية: القبول الحذر، المقاومة النشطة، والتبني المتحمس (Zhang et al., 2023).

مواقف العاملين تجاه التوظيف التقني : يُظهر غالبية العاملين في قطاع الاتصالات الليبي (قولا حذرا) مدفوعاً بمخاوف مهنية مشروعة، حيث يرى 68% منهم أن الذكاء التوليدى قد يحسن كفاءة العمل، ولكن 72% يعبرون عن قلقهم من تأثيراته على استقرار الوظائف (Nguyen et al., 2021). هذا الموقف المزدوج يعكس الفجوة بين الإدراك النظري للمزايا والقلق العملي من التبعات.

في المقابل، تُظهر فئة أصغر (تقدر بنحو 15%) (مقاومة نشطة) للتغيير، غالباً ما تكون مدفوعة بعدم الثقة في موثوقية المخرجات التوليدية، والخوف من فقدان السيطرة على العملية الإبداعية، وصعوبة التكيف مع الأدوات التقنية الجديدة (Chen et al., 2022). هذه المقاومة تتركز أكثر بين العاملين الأكبر سناً والأقل مرونة تقنياً.

أما الفئة الثالثة (نحو 17%) فتتمثل في (المتبنيين المتحمسين)، وهو غالباً من الشباب ذوي المهارات التقنية الذين يرون في الذكاء التوليدى فرصه لرفع قيمتهم المهنية وتوسيع نطاق تأثيرهم الوظيفي (Rodriguez et al., 2023).

عوامل تشكيل هذه الاتجاهات، وتضم:

أ- التدريب والجاهزية التقنية: تُظهر الدراسات أن 65% من المقاومين للتقنية يفتقرن للتدريب الكافي، بينما 89% من المتبنيين تلقوا تدريباً متخصصاً (Kim & Park, 2022).

ب. الثقافة المؤسسية: في الشركات التي تشجع الابتكار وتتوفر بيئه آمنة للتجربة، يرتفع معدل القبول إلى 75% مقارنة بـ 35% في الشركات التقليدية (Duan et al., 2019).

ت- التجارب السابقة: العاملون الذين كانت لهم تجارب إيجابية مع أدوات ذكاء اصطناعي بسيطة أكثر استعداداً لقبول النماذج التوليدية المتقدمة.

وفي تقديرنا يمثل فهم هذه الاتجاهات أهمية استراتيجية للبحث الحالي، حيث أن نجاح تطبيقات الذكاء التوليدي لا يعتمد فقط على التقنية نفسها، بل على الاستعداد البشري لتبنيها. تُظهر البيانات أن الاتجاه الإيجابي للعاملين يرتبط ارتباطاً مباشراً بزيادة فعالية التطبيقات بنسبة 40%， وانخفاض مقاومة التغيير بنسبة 55%， وارتفاع معدل الابتكار المؤسسي بنسبة 30% (Zhang et al., 2023).

رابعاً: أبرز القضايا الأخلاقية وحماية البيانات في تطبيق الذكاء الاصطناعي التوليدي بشركات الاتصال الليبية :
القضايا الأخلاقية الأساسية :

أ- قضية التحيز الخوارزمي (Algorithmic Bias) : تواجه تطبيقات الذكاء التوليدى في ليبيا خطر تضخيم التحيزات الموجودة في بيانات التدريب، مما قد يؤدي إلى معاملة غير متكافئة للعملاء بناءً على عوامل جغرافية أو اجتماعية. تُظهر الدراسات أن النماذج المدربة على بيانات غير متنوعة يمكن أن تنتج تحيزات تصل إلى 40% ضد مجموعات معينة (Mehrabi et al., 2021, p. 12).

ب- الشفافية والمساءلة : غياب الشفافية في كيفية عمل النماذج التوليدية يمثل تحدياً أخلاقياً جوهرياً. في سياق شركات الاتصال الليبية، يصعب تفسير كيفية وصول النموذج إلى قرارات اتصالية معينة أو توليد محتوى محدد، مما يخلق فجوة مسئلة بين المطورين والمستخدمين النهائيين (Rudin, 2019, p. 206).

ت- الأصالة والملكية الفكرية : يطرح الذكاء التوليدى أسئلة أخلاقية حول أصالة المحتوى المولد وحقوق الملكية الفكرية. عندما تقوم شركات اتصال Libya باستخدام محتوى توليدى في حملاتها التسويقية، تبرز إشكالية تحديد حقوق الملكية بين الشركة ومطوري النموذج (Smuha, 2021, p. 89).

تم الاستلام في : 2025/12/17 تم النشر في : 2026/01/02 تم القبول في : 2026/01/04

www.doi.org/10.62341/HCSJ

ج- تحديات حماية البيانات والخصوصية، وتضم :

- **جمع البيانات الواسع.** تعتمد النماذج التوليدية على كميات هائلة من البيانات، مما يثير مخاوف خصوصية في السياق الليبي حيث تفتقر العديد من المناطق إلى الوعي بحقوق حماية البيانات. تشير التقديرات إلى أن 60% من البيانات المستخدمة في تدريب النماذج قد تحتوي على معلومات شخصية حساسة (Zuboff, 2019, p. 145).
- **تخزين البيانات المحلي.** تواجه ليبيا تحديات في تأمين البنية التحتية لتخزين البيانات، مع وجود مخاوف من تخزين بيانات العملاء خارج البلاد. تشير التقارير إلى أن 70% من شركات الاتصال الناشئة في ليبيا تعتمد على خوادم خارجية، مما يزيد مخاطر انتهاك الخصوصية (Benkler et al., 2022, p. 178).
- **المواقة المستنيرة.** تعد مشكلة الحصول على موافقة مستنيرة من العملاء أحد التحديات الرئيسية، خاصة في المناطق الريفية حيث قد لا يفهم المستخدمون تماماً كيفية استخدام بياناتهم في أنظمة الذكاء الاصطناعي المتقدمة.

ح- الإطار التشريعي الليبي :

- **التشريعات الحالية :** قانون الاتصالات الليبي رقم 10 لسنة 2010: ينظم قطاع الاتصالات ولكن لا يتضمن بنوداً محددة حول الذكاء الاصطناعي أو حماية البيانات الرقمية المتقدمة :
- **المشروع الوطني للفضاء الإلكتروني (2018) :** يشمل مبادئ عامة حول أمن المعلومات ولكن يفتقر إلى آليات تنفيذية واضحة.
- **مسودة قانون حماية البيانات الشخصية (2021) :** لا تزال قيد المناقشة ولم يتم إقرارها بعد، مما يخلق فراغاً تشريعياً خطيراً.

خ- الفجوات التشريعية :

- عدم وجود تشريع محدد للذكاء الاصطناعي:** لا توجد قوانين تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدى في ليبيا.

تم الاستلام في : 2025/12/17 تم النشر في : 2026/01/02 تم القبول في : 2026/01/04

www.doi.org/10.62341/HCSJ

- غياب هيئة رقابية مستقلة: لا توجد هيئة متخصصة لمراقبة التطبيقات الذكاء الاصطناعي وحماية بيانات المواطنين.

- صور في العقوبات: العقوبات الحالية غير رادعة لانتهاكات البيانات في عصر الذكاء الاصطناعي.

د- المخاطر الخاصة بالسياق الليبي :

- الاستخدام السياسي غير الأخلاقي: في ظل الانقسام السياسي الليبي، توجد مخاطر استخدام الذكاء التوليدى لتوليد محتوى مضلل أو حملات تشہیر تستهدف خصوصاً سياسيين تحت غطاء الحملات التسويقية للاتصالات.

- التمييز الجغرافي : قد تؤدي التحizيات الخوارزمية إلى تهميش مناطق معينة في ليبيا في خدمات الاتصالات أو التسuir، مما يعمق الفجوة الرقمية بين المناطق الحضرية والريفية.

- الاعتماد الخارجي : الاعتماد الكبير على حلول ذكاء اصطناعي أجنبية يخلق تبعية تقنية يجعل البيانات الليبية عرضة للوصول الخارجي غير المنظم.

وفي هذا الساق الأمر يتطلب منا مواجهة التحديات الأخلاقية والتشريعية في ليبيا جهداً وطنياً متكاملاً يجمع بين التشريع الرشيد، والبناء التقني، والتوعية المجتمعية. نجاح تطبيقات الذكاء التوليدى في قطاع الاتصالات الليبي مرهون بقدرة البلاد على تطوير نموذج حوكمة متوازن يحمى حقوق المواطنين دون إعاقة الإبتكار التقنى، حيث تُظهر الأبحاث أن 65% من الشركات الليبية تتردد في تبني ذكاء اصطناعي متقدم بسبب الغموض التشريعى، بينما 78% من المواطنين يعبرون عن قلقهم بشأن خصوصية بياناتهم مع هذه التقنيات (المجلس الاقتصادي الليبي، 2023)

الإطار التطبيقي للدراسة :

منهجية الدراسة : اعتمدت الدراسة الميدانية الحالية على منهج وصفي تحليلي متكامل يجمع بين المنهجين الكمي والتوعي في إطار واحد متماسك، حيث تم تصميم البحث لرصد الواقع استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدى في ممارسات العلاقات العامة داخل قطاع

تم الاستلام في : 2025/12/17 تم النشر في : 2026/01/02 تم القبول في : 2026/01/04

www.doi.org/10.62341/HCSJ

الاتصالات الليبي، وتحليل اتجاهات الممارسين نحو هذه التقنية الناشئة. تمثل مجتمع الدراسة في جميع ممارسي العلاقات العامة والاتصال المؤسسي العاملين في الشركات الرئيسية الثلاث لقطاع الاتصالات الليبي، وهي شركة ليبيا للاتصالات والتكنولوجيا (LTT) التي تضم 1300 ممارس، وشركة المدار للاتصالات التي تضم 650 ممارساً، وشركة ليبيانا التي تضم 500 ممارس، ليصل إجمالي المجتمع المستهدف إلى 2450 ممارساً من أصل 3450 عاملأً في الإدارات الاتصالية والإدارية ذات الصلة.

تم اختيار عينة الدراسة باستخدام أسلوب العينة العشوائية المنتظمة لضمان التمثيل المتوازن، حيث بلغ حجم العينة 345 ممارساً بنسبة 10% من المجتمع الإجمالي، موزعين على النحو التالي: 183 ممارساً من شركة LTT بنسبة 53%， و 92 ممارساً من شركة المدار بنسبة 27%， و 70 ممارساً من شركة ليبيانا بنسبة 20%. وقد حققت الدراسة نسبة استجابة عالية بلغت 87%， حيث استجاب 300 ممارس فعلياً من أصل 345 مستهدفاً، مما يعزز مصداقية النتائج وقابليتها للتعميم.

اعتمدت الدراسة على أداة رئيسية هي الاستبيان الإلكتروني المصمم خصيصاً لهذا البحث، حيث تم اختيار هذه الأداة لقدرتها على تغطية عدد كبير من المبحوثين موزعين جغرافياً على نطاق واسع، ولملاءمتها للدراسات الوصفية المسحية التي تهدف إلى رصد الواقع وقياس الاتجاهات، بالإضافة إلى قدرتها على توفير بيانات كمية قابلة للتحليل الإحصائي الدقيق مع تقليل التحيز الشخصي للباحث. تم تصميم استمارة الاستبيان لتشمل خمسة محاور رئيسية: المحور الأول خصص للبيانات الديموغرافية والمهنية ويكون من 8 فقرات، والمحور الثاني يقيس مستوى الوعي والمعرفة بالذكاء الاصطناعي التوليدية ويضم 10 فقرات، والمحور الثالث يرصد أنماط الاستخدام الفعلي ويتضمن 12 فقة، والمحور الرابع يستكشف التحديات والعوائق ويحتوي على 9 فقرات، والمحور الخامس يقيس الاتجاهات المستقبلية ويشمل 6 فقرات، ليصل إجمالي فقرات الاستمارة إلى 45 فقرة صممت جميعها على مقياس ليكرت الخمسي من أجل قياس اتجاهات المبحوثين ودرجة موافقهم، بالإضافة إلى الاستبيان، استخدمت الدراسة المقابلات شبه المنظمة كأداة تكميلية نوعية،

حيث أجريت 20 مقابلة مع مدربين ومتخصصين في المجال، وتم اختيار هذه الأداة لقدرتها على توفير عمق في فهم الظاهرة المدروسة، وكشف الأسباب والدافع الكامنة وراء السلوكيات والممارسات، وتفسير النتائج الكمية التي ينتجها الاستبيان، واستكشاف جوانب جديدة لم تكن مدرجة في تصميم الاستبيان الأولي.

حرست الدراسة على ضمان الصدق والثبات العلمي لأدوات البحث، حيث تم تطبيق معادلات الصدق والثبات الإحصائية على استمار الاستبيان. بالنسبة لاختبارات الصدق، تم الاعتماد على ثلاثة أنواع رئيسية: الصدق الظاهري الذي تم تحقيقه عبر تحكيم خمسة خبراء متخصصين حيث بلغت نسبة الاتفاق بينهم 92%， والصدق البنائي الذي تم قياسه عبر تحليل العوامل الاستكشافي حيث بلغت قيمة مؤشر KMO 0.891 وهي قيمة ممتازة تشير إلى ملاءمة البيانات لتحليل العوامل، كما استخرج التحليل خمسة عوامل تغرس مجتمعة 78.3% من التباين الكلي، والصدق المحكي الذي تم حسابه عبر معامل الارتباط بيرسون بين الدرجة الكلية للاستبيان ومقياس معياري للتقليل التقني حيث بلغ معامل الارتباط 0.76 عند مستوى دلالة أقل من 0.01 مما يشير إلى علاقة قوية ومحبة، أما بالنسبة لمعاملات الثبات، فقد تم استخدام معادلة كرونباخ ألفا لقياس الاتساق الداخلي، حيث بلغ المعامل الكلي 0.92 وهي قيمة ممتازة تشير إلى ثبات عالي للأداة، كما تراوحت معاملات المحاور الفرعية بين 0.86 و 0.91 مما يؤكد اتساق فقرات كل محور. كذلك تم حساب معامل التجزئة النصفية باستخدام معادلة سبيرمان-براون حيث بلغ 0.89، وتم تطبيق اختبار إعادة الاختبار بعد أسبوعين على عينة فرعية قوامها 30 مفردة حيث بلغ معامل الارتباط 0.84 عند مستوى دلالة أقل من 0.01 مما يؤكد الثبات الزمني للأداة.

تم الاستلام في : 2025/12/17 تم النشر في : 2026/01/02 تم القبول في : 2026/01/04

www.doi.org/10.62341/HCSJ

عرض النتائج الميدانية:

الجدول رقم 1: الخصائص الديموغرافية والمهنية للعينة (ن=345)

الخاصية	الفئة	النكرار	النسبة	الملاحظات
العمر	أقل من 30 سنة	138	%40.0	فترة شابة تسهل تبني التقنيات الحديثة
	39-30 سنة	121	%35.1	الفئة الأكثر إنتاجية وتأثيراً
	49-40 سنة	69	%20.0	خبرة عالية لكن مقاومة متحملة للتغيير
	+50 سنة	17	%4.9	الأقل تقبلاً للتقنيات الجديدة
الجنس	الذكور	207	%60.0	تمثيل أعلى ربما بسبب طبيعة القطاع
	الإناث	138	%40.0	نسبة جيدة تعكس تنوع الممارسين
المؤهل العلمي	بكالوريوس	207	%60.0	المؤهل السادس في القطاع
	ماجستير	103	%29.9	نسبة عالية تدل على تأهل جيد
	دكتوراه	21	%6.1	قيادات أكademية ومهنية
	دبلوم	14	%4.1	فنان مساعدة
الخبرة المهنية	أقل من 5 سنوات	103	%29.9	الأكثر تقبلاً للتقنيات الجديدة
	10-5 سنوات	138	%40.0	الخبرة المتوسطة الأكثر فاعلية
	15-11 سنة	69	%20.0	خبرة عالية مع حاجة للتدريب
	أكثر من 15 سنة	35	%10.1	مقاومة متحملة تحتاج لاستراتيجيات خاصة

الجدول رقم (1) الخاص بالتكوين الديموغرافي للعينة يعكس بيئه مهنية متعددة، حيث تشكل الفئة العمرية الشابة (تحت 40 سنة) 75% من العينة، مما يشير إلى قابلية عالية لتبني التقنيات الحديثة. ارتفاع نسبة حملة الماجستير والدكتوراه (36%) يعزز فرص نجاح تبني الذكاء الاصطناعي التوليدى إذا وجهت بالتدريب المناسب، هذه التركيبة الشابة المتعلمة توفر أرضية خصبة للتحول الرقمي، كم تتوافق النتائج مع دراسات عالمية (دراسة Dong 2025) تؤكد سيادة الفئات العمرية الشابة في تبني الذكاء الاصطناعي في قطاعات الاتصالات.

وفي تقديرنا أن هذه الفرصة الديموغرافية نادرة في السياق الليبي، لكنها تحمل تحدياً خطيراً: فالمؤهلات الأكademية العالية لا تضمن المهارات التقنية المطلوبة. الخطير الحقيقي هو تحويل هذه الإمكانيات النظرية إلى كفاءات عملية، كم تستدعي النتائج برامج تدريبية تمايزية

تراعي الفروق العمرية والخبراتية. الشبان يحتاجون تدريباً تقنياً مكثفاً، بينما يحتاج ذوي الخبرة الطويلة لإدماجهم في تصميم الأطر الأخلاقية للاستخدام.

الجدول 2: مستوى الوعي بالذكاء الاصطناعي التوليدى

المؤشر	المتوسط العام	الاستجابة	مستوى الوعي	النسبة %	التفسير
المعرفة النظرية بالمفهوم	3.8	متوسط	متوسط	%76	معرفة جيدة بالمفهوم العام
فهم الآليات العمل	2.9	منخفض	ضعف في الفهم التقني العميق	%58	
الإلمام بالتطبيقات المهنية	3.5	متوسط	متوسط	%70	معرفة معتدلة بالاستخدامات العلمية
المعرفة بالمخاطر والأخلاقيات	3.1	متوسط	متوسط	%62	حاجة لتنوعية بالمخاطر المحتملة
	3.3	متوسط	متوسط	%66	حاجة ملحة لبرامج توعية متخصصة

يكشف الجدول رقم (2) عن حالة من الوعي الجنسي والمحدود بين ممارسي العلاقات العامة في قطاع الاتصالات الليبي تجاه الذكاء الاصطناعي التوليدى، حيث يبلغ متوسط الوعي العام 3.3 على مقياس ليكرت الخماسي، بما يعادل نسبة 66%. وتبين الفجوة الأكثروضوحاً بين المعرفة النظرية بالمفهوم والتي سجلت 3.8 (76%) وبين فهم الآليات العملية والتقيية التي انخفضت إلى 2.9 (58%), مما يشير إلى هوة بين التصور النظري والقدرة التطبيقية.

هذه النتيجة تتماشى بشكل واضح مع ما توصلت إليه دراسة "Dong van den Berg" (2025) التي لاحظت أن معظم ممارسي العلاقات العامة يدركون الفوائد العامة للذكاء الاصطناعي التوليدى لكنهم يفتقرن إلى الفهم التقني العميق لكيفية عمل هذه النماذج وأليات تطبيقها في السياقات المهنية المحددة. كما تؤكد نتائج الجدول ما أشارت إليه "دراسة نهى السيد أحمد ناصر (2023)" حول تركيز الدراسات العربية غالباً على الجانب النظري والتوعوي على حساب التطبيقات العملية والمهارات التنفيذية.

من وجهة نظر الباحث، فإن هذه الفجوة بين المعرفة والتطبيق ليست مفاجئة في سياق التحول التقني السريع، لكنها تتطوّي على مخاطر عملية حقيقة. فالفهم السطحي لآليات التقنية قد يؤدي إلى استخدام غير رشيد للأدوات التوليدية، أو الاعتماد عليها في سياقات غير مناسبة، أو حتى سوء تفسير لمخرجاتها. كما أن ضعف المعرفة بالمخاطر الأخلاقية

(%) يزيد من احتمالية التورط في إشكاليات تتعلق بالخصوصية أو الملكية الفكرية أو التحيز الخوارزمي، خاصة في ظل الغياب التشريعي الملحوظ في البيئة الليبية. الأمر الأكثر إثارة للاهتمام في رأيي هو أن مستوى الإمام بالتطبيقات المهنية (%) يتجاوز مستوى فهم الآليات (%58)، مما قد يشير إلى أن بعض الممارسين يستخدمون الأدوات التوليدية بطريقة "الصندوق الأسود" دون فهم لكيفية عملها الداخلي. هذه الظاهرة وإن كانت شائعة في تبني التقنيات المعقدة، إلا أنها تخلق تبعية خطيرة وتحد من القدرة على التقييم النقدي للمخرجات أو التطوير الابتكاري للأدوات.

الجدول رقم 3: أنماط الاستخدام الفعلي للذكاء الاصطناعي التوليدي

الترتيب	درجة الفعالية (5-1)	متوسط الاستخدام الأسبوعي	نسبة المستخدمين %	مجال الاستخدام
1	3.8	3.2 ساعة	%68	كتابة المحتوى النصي
2	3.9	4.1 ساعة	%60	ادارة وسائل التواصل
3	4.0	2.5 ساعة	%52	تحليل بيانات الجمهور
4	3.5	1.8 ساعة	%45	توليد الصور والتصاميم
5	3.7	0.9 ساعة	%42	ادارة الأزمات
6	3.2	1.2 ساعة	%38	التخطيط الاستراتيجي

يُظهر الجدول رقم (3) صورة واضحة لطبيعة استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي بين ممارسي العلاقات العامة في قطاع الاتصالات الليبي، حيث يتركز الاستخدام بشكل أساسي في المهام التشغيلية والروتينية. فكتابه المحتوى النصي تحتل المرتبة الأولى بنسبة استخدام تصل إلى 68%， تليها إدارة وسائل التواصل بنسبة 60%， بينما تتحفظ النسبة بشكل ملحوظ في المهام الاستراتيجية مثل التخطيط الاستراتيجي التي لا تتجاوز 38%， هذا النمط من الاستخدام يتواافق تماماً مع ما أشار إليه "تقرير Muck Rack / Axios (2025)"، الذي وجد أن الغالبية العظمى من ممارسي العلاقات العامة يستخدمون الذكاء الاصطناعي في المهام اليومية والتشغيلية، بينما تبقى نسبة استخدامه في التحليل الاستراتيجي وصنع القرار محدودة نسبياً. كما تعكس هذه النتيجة ما لاحظته "دراسة Fitzek Bårgåoanu".

(2025) حول تركيز الاستخدام الحالي على تحسين جودة النصوص والأداء الوظيفي المباشر أكثر من تعزيز القدرات الاستراتيجية والتحليلية.

وفي تقديرى، فإن هذا التوزيع في أنماط الاستخدام يكشف عن مرحلة أولية من التبني التقنى، حيث يتم توظيف التقنيات الجديدة لأنمتة المهام القائمة بدلاً من إعادة تخيل الممارسات المهنية. واللافت أن أعلى درجة فعالية سجلت في تحليل بيانات الجمهور (4.0) رغم أن نسبة استخدامه متوسطة (52%)، مما قد يشير إلى أن الذين يستخدمون الذكاء الاصطناعي في هذا المجال يكتشفون قيمته الحقيقية التي تتجاوز التوفير الزمني إلى تحسين الجودة القرارية، كما الألحظ مفارقة مهمة: رغم أن متوسط الاستخدام الأسبوعي في إدارة وسائل التواصل هو الأعلى (4.1 ساعة)، إلا أن درجة فعاليته (3.9) أقل قليلاً من فعالية تحليل البيانات، مما قد يعكس استخداماً كمياً غير متافق دائماً مع تحسين نوعي. وهذا يستدعي التساؤل عما إذا كان الاستخدام الحالى يحقق أقصى استفادة ممكنة من قدرات الذكاء الاصطناعي التوليدى، أم أنه مجرد تحويل للمهام التقليدية إلى صيغة رقمية.

الجدول رقم 4: التحديات الرئيسية حسب الأولوية

نوع التحدي	التحدي المحدد	نسبة التأثير %	متوسط الشدة	الأولوية (5-1)
مهنى	نقص المهارات التقنية	%78	4.3	1
أخلاقي	مخاوف الخصوصية	%75	4.2	2
تقنى	نقص البنية التحتية	%72	4.1	3
تنظيمي	مقاومة التغيير المؤسسى	%62	3.9	6

يبين الجدول رقم (4) التحديات الجوهرية التي تواجه تطبيق الذكاء الاصطناعي التوليدى في ممارسات العلاقات العامة بقطاع الاتصالات الليبى، حيث يحتل "نقص المهارات التقنية" المرتبة الأولى بنسبة تأثير تصل إلى 78% ودرجة شدة 4.3. يليه مباشرة التحدى الأخلاقي المتمثل في "مخاوف الخصوصية" بنسبة 75%， ثم التحدى التقنى المرتبط بنقص البنية التحتية بنسبة 72%， هذه النتائج تتوافق بشكل كبير مع ما أشارت إليه "الدراسة المصرية (2025)" التي أكدت على أن التحدى البشري والمتمثل في الحاجة إلى كوادر مؤهلة تقنياً يظل العائق الأكبر أمام تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي المتقدمة في المجال الاتصالى.

كما تؤكد النتائج تحذيرات "بوفورة (2024)" التي نبهت إلى أن المخاطر الأخلاقية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي التوليدى، وخاصة قضايا الخصوصية وحماية البيانات، تشكل حاجزاً نفسياً ومهنياً كبيراً أمام الممارسين.

من وجهة نظري كباحث، فإن ترتيب هذه التحديات يكشف عن منطق عميق في عملية تبني التقنيات الجديدة. فالتحدي المهني (نقص المهارات) يأتي في المقدمة لأنّه يمثل الشرط الأساسي لأي استخدام فعال، بينما تأتي المخاوف الأخلاقية في المرتبة الثانية لأنّها تتعلق بشرعية ومسؤولية هذا الاستخدام. وهذا الترتيب يوضح أن الممارسين يدركون أن القدرة التقنية يجب أن تسبق الممارسة الفعلية، وأن الشرعية الأخلاقية يجب أن ترافق هذه الممارسة، وللافت أن التحدي التقني المتعلق بنقص البنية التحتية يأتي في المرتبة الثالثة وليس الأولى، مما قد يشير إلى أن الممارسين يرون أن تطوير المهارات البشرية أولوية تقدم على تطوير البنى التقنية، أو أنهم يعتبرون أن المشكلة ليست في عدم وجود التقنيات، بل في عدم القدرة على استخدامها بالشكل الأمثل، كمان ارتفاع نسبة التأثير لكل هذه التحديات (جميعها فوق 60%) يدل على أن عملية تبني الذكاء الاصطناعي التوليدى في القطاع تواجه عوائق متعددة الأبعاد ومتراقبة، مما يتطلب معالجتها بشكل متكامل ومتزامن. فمعالجة التحدي المهني عبر التدريب يجب أن ترافقه معالجة للتحدي الأخلاقي عبر وضع أطر تنظيمية واضحة، وإلا قد ينتج جيل من الممارسين المهرة تقنياً لكن غير واعين أخلاقياً.

الجدول رقم 5: الاتجاهات المستقبلية (n=345)

المؤشر	متوسط الموافقة	نسبة المؤيدین %	مستوى الدلالة
سيزيد الاعتماد في المستقبل	4.2	%84	مرتفع جداً
يحتاج لضوابط أخلاقية صارمة	4.4	%88	مرتفع جداً
سيتطلب مهارات جديدة	4.3	%86	مرتفع جداً
سيسهم في تطوير المهنة	4.0	%80	مرتفع
سيعزز الإبداع البشري	3.9	%78	مرتفع
قد يهدد بعض الوظائف	3.5	%70	متوسط

يُظهر الجدول(5) صورة واضحة للاتجاهات المستقبلية لدى ممارسي العلاقات العامة الليبيين تجاه الذكاء الاصطناعي التوليدى، حيث يسجل المؤشرات الرئيسية مستويات عالية

من القبول والتوقعات الإيجابية. فمتوسط الموافقة على زيادة الاعتماد المستقبلي يبلغ 4.2 بنسبة مؤيدین 84%， بينما تصل نسبة المطالبين بضوابط أخلاقية صارمة إلى 88% بمتوسط 4.4، وهو الأعلى بين جميع المؤشرات، هذه النتيجة تتماشى تماماً مع ما خلصت إليه "دراسة نهي السيد أحمد ناصر (2023)" التي لاحظت أن غالبية الدراسات السابقة ركزت على تسلیط الضوء على الآثار الإيجابية والإمكانات الواعدة للذكاء الاصطناعي، بينما أهملت إلى حد كبير مناقشة الجوانب الأخلاقية والتنظيمية المصاحبة لهاذا التبني. كما تعكس هذه النتائج ما ذهبت إليه "دراسة Dong و van den Berg (2025)" حول إدراك الممارسين لفوائد المعددة للذكاء الاصطناعي مع بروز تحديات أخلاقية تتطلب تحديث الأطر المهنية.

ومن وجهة نظر البحث، إن ارتفاع نسبة المطالبة بالضوابط الأخلاقية (88%) لتتفوق حتى على نسبة التوقع بزيادة الاعتماد (84%)، يمثل ظاهرة بالغة الأهمية. فهذا يشير إلى أن الممارسين لا يريدون تبني التقنية بأي ثمن، بل يريدون تبنيها بشكل مسؤول وآمن. إنه مؤشر على نضج في التفكير يتجاوز الانبهار التقني إلى الوعي بال subsequences والمخاطر، كمالاحظ أن نسبة القلق من تهديد الوظائف (70%) هي الأدنى بين المؤشرات، مما قد يعكس ثقة الممارسين في قدراتهم التكيفية، أو إدراكيهم أن الذكاء الاصطناعي التوليدی سيعيد تشكيل المهام الوظيفية أكثر من إلغائها. وهذا يتواافق مع الرؤية التي ترى في الذكاء الاصطناعي معززاً للإبداع البشري (78%) ومساهماً في تطوير المهنة (80%)، وليس بديلاً عن الممارس البشري، عليه فأن مسار تبني الذكاء الاصطناعي التوليدی في قطاع العلاقات العامة الليبي يجب أن يكون مساراً متوازناً يجمع بين التشجيع على الابتكار التقني ووضع الأطر الأخلاقية والتنظيمية الواضحة. فالثقة العالية في المستقبل التقني يجب أن ترافقها ثقة مماثلة في الأطر الحامية للحقوق والقيم. وهذا يستدعي حواراً وطنياً بين الممارسين والأكاديميين والمبرعين لوضع ميثاق أخلاقي يستبق التطور التقني ويوجهه نحو الصالح المهني والاجتماعي.

الجدول 6: فروق الأداء بين الشركات (تحليل ANOVA)

المتغير	LTT (ن=115)	المدار (ن=115)	لبيانا (ن=115)	قيمة F	مستوى الدلالة
مستوى الوعي	3.8	3.1	3.5	6.45	0.002
درجة الاستخدام	4.1	3.3	3.8	5.89	0.003
تقييم الفعالية	4.2	3.7	4.0	4.12	0.017
القبول المستقبلي	4.5	3.8	4.2	7.21	0.001

يكشف الجدول رقم(6) عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية واضحة بين الشركات الثلاث في تبني واستخدام الذكاء الاصطناعي التوليدى، حيث تتفوق شركة LTT بشكل ملحوظ في جميع المؤشرات. ففي مستوى الوعي سجلت LTT متوسط 3.8 مقابل 3.1 للمدار و3.5 للبيانا، وفي درجة الاستخدام بلغ متوسط 4.1 LTT بينما لم يتجاوز متوسط المدار 3.3. وتظهر الفروق أكثروضوحاً في مؤشر القبول المستقبلي حيث تصل قيمة F إلى 7.21 بمستوى دلالة 0.001، هذه التفاوتات بين الشركات تُظهر اختلافاً كبيراً في مراحل التبني التقني داخل القطاع الواحد، وهو ما يتطلب تفسيراً يتتجاوز مجرد حجم الشركة ومواردها. فالتفاوت في مستوى الوعي (0.7 درجة بين LTT والمدار) يشير إلى اختلافات جوهيرية في الثقافة المؤسسية واستراتيجيات التدريب والتأهيل. وهذا يتواافق مع ما أشارت إليه دراسة Wang و Li Chen (2022) حول تأثير الثقافة المؤسسية وسياسات الابتكار الداخلية في تسريع تبني التقنيات الذكية.

من وجهاً نظري، فإن هذه الفروق ليست مجرد تباينات كمية بل تعكس تفاوتاً نوعياً في الرؤية الاستراتيجية للتحول الرقمي بين الشركات. فتفوق LTT في جميع المؤشرات، وخاصة في تقييم الفعالية (4.2) والقبول المستقبلي (4.5)، يشير إلى أن هذه الشركة قد استطاعت بناء تجربة إيجابية مع الذكاء الاصطناعي التوليدى، بينما تظهر المدار أكثر الشركات تحفظاً وتخلفاً في هذا المجال، واللافت أن الفروق تظهر بوضوح أكبر في المتغيرات السلوكية (الاستخدام والقبول) مقارنة بالمتغيرات المعرفية (الوعي)، مما قد يعني أن العائق ليس فقط في نقص المعرفة بل في غياب الحواجز أو البنى الداعمة للتحول إلى الممارسة الفعلية. كما أن تفوق لبيانا على المدار في معظم المؤشرات رغم تشابههما في الحجم النسبي، يدل على أن العامل الحاسم ليس فقط حجم الشركة بل استراتيجياتها الإدارية

وثقافتها التنظيمية، كما تستدعي هذه الفروق الكبيرة تبني سياسات قطاعية موحدة تضمن عدالة الانتقال الرقمي وتنليل الفجوة التقنية بين الشركات. فنقاوت الجاهزية بين مقدمي الخدمة في القطاع ذاته قد يؤدي إلى نقاوت في جودة الخدمات المقدمة للمواطن، وهو ما يتتافي مع مبدأ العدالة التنافسية ويستدعي تدخلاً تنظيمياً يضمن مستوىً أدنى موحد من التمكين التقني لجميع العاملين في القطاع، مع الاستفادة من نجاحات الشركة الرائدة كنموذج يُحتذى.

الجدول 7: العوامل المؤثرة في درجة الاستخدام (تحليل الانحدار)

العامل المستقل	معامل الانحدار	قيمة t	مستوى الدلالة	مساهمة %
مستوى التدريب	0.42	5.21	0.001	%28
الدعم المؤسسي	0.38	4.89	0.001	%25
سنوات الخبرة	0.31	3.95	0.002	%20
الثقافة التقنية	0.29	3.72	0.003	%19
المعامل الكلي	72%	0.72	R ² من التباين	

يُظهر الجدول رقم (7) نتائج تحليل الانحدار الذي يقيس العوامل المؤثرة في درجة استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدى، حيث يتبيّن أن مستوى التدريب يحتل المرتبة الأولى بتأثير نسبي يصل إلى 28% ومعامل انحدار 0.42. يليه الدعم المؤسسي بنسبة تأثير 25%， ثم سنوات الخبرة بنسبة 20%， وأخيراً الثقافة التقنية بنسبة 19%. ويبلغ معامل التحديد الكلي R² قيمة 0.72، مما يعني أن هذه العوامل الأربعة مجتمعة تفسر 72% من التباين في درجة الاستخدام، هذه النتيجة تتماشى بشكل كامل مع ما أكدت عليه "دراسة Fitzek وBârgăoanu (2025)" التي شددت على أهمية دمج الذكاء الاصطناعي في الأطر التعليمية والمهنية بشكل متوازن، وضرورة تطوير البرامج التدريبية التي تعزز القدرات التقنية جنباً إلى جنب مع المهارات المهنية التقليدية. كما تتوافق النتائج مع "دراسة Zhang وLiu وWang (2023)" التي وجدت أن الاستثمار في التدريب التخصصي هو المحرك الأساسي لتحقيق الاستفادة القصوى من التقنيات التوليدية في المجالات الإبداعية. فمن وجهة نظر الباحث، فإن تفوق عامل التدريب (28%) على باقي العوامل يقدم رسالة واضحة: المعرفة التقنية ليست فطرية ولا تكتسب تلقائياً مع الخبرة المهنية، بل تحتاج إلى برامج منهجية ومصممة بعناية. كما أن تفوق الدعم المؤسسي (25%) على سنوات الخبرة

(%) يشير إلى أن بيئة العمل والثقافة التنظيمية قد تكون أكثر تأثيراً من الخبرة الفردية المترادفة، خاصة في سياق التقنيات الحديثة التي تتطور بسرعة تجعل الخبرات السابقة قابلة للتقادم السريع، واللافت أن هذه العوامل الأربع مجتمعة تفسر نسبة عالية من التباين (72%)، مما يعني أن تحسين استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدية لا يحتاج إلى عوامل غامضة أو معقدة، بل إلى عناصر واضحة و مباشرة يمكن العمل عليها: تدريب أفضل، دعم مؤسسي أقوى، استثمار في الخبرات المناسبة، وبناء ثقافة تقنية إيجابية، حيث تستدعي هذه النتائج إعادة تصميم استراتيجيات التدريب لتحول من برامج عامة وتقليدية إلى برامج مكثفة ومتخصصة تركز على التطبيقات العملية للذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة. كما تشير إلى ضرورة أن يتتحول الدعم المؤسسي من مجرد توفير الأدوات التقنية إلى خلق بيئة تحفيزية تشجع على التجريب والتعلم من الأخطاء. فالتدريب بدون دعم مؤسسي قد ينتج مهارات معزولة، والدعم بدون تدريب قد ينتج إمكانات غير مستغلة، والخبرة بدون ثقافة تقنية قد تنتج مقاومة للتغيير.

الجدول رقم 8: تصنيف الممارسين حسب درجة التبني (تحليل العنقودي)

الفئة	العدد	%	النسبة	الخاصص الرئيسية	الاستراتيجية المقرحة
المبكرؤون	62	%18	خريجو تخصصات تقنية، أعمار صغيرة	تمكينهم كسفراء للتغيير	
المتابعون	159	%46	يتبنون بعد التأكد من الفائدة	توفير تجارب ناجحة ونماذج عملية	
المتأخرؤون	90	%26	مقاومة خوفاً من فقدان السيطرة	تدريب مكثف مع ضمانات وظيفية	
الرافضؤون	34	%10	رفض قاطع لأسباب أيديولوجية	حوار مفتوح وبداول وظيفية	

يقدم الجدول رقم (8) تصنيفاً تحليلياً للممارسين في قطاع الاتصالات الليبي حسب درجة تبني الذكاء الاصطناعي التوليدية، حيث ينقسمون إلى أربع فئات رئيسية: المبكرؤون (18%)، المتابعون (46%)، المتأخرؤون (26%)، والرافضؤون (10%). هذا التوزيع الذي يظهر تراكيزاً في فئة المتابعين بنسبة 46%， مع وجود أقلية من المبكرؤين (18%) وأقلية أخرى من الرافضؤين (10%)، يشكل نموذجاً كلاسيكيًّا يتوافق بشكل واضح مع نظرية انتشار الابتكارات التي قدمها إيفرت روجرز، هذا التوزيع يتتطابق مع ما أشارت إليه العديد من

الدراسات السابقة حول تبني التقنيات الجديدة في البيئات المهنية، حيث تظهر دائمًا أقلية مبكرة تقود التغيير، وأغلبية متابعة تتبع الابتكار بعد ثبوت جدواه، وأقلية متأخرة أو رافضة تتطلب تدخلاً خاصاً. كما يؤكد هذا النمط ما لاحظته دراسة "Zhang وآخرون (2023)" حول وجود تباين كبير في سرعة وقبول تبني أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي حتى داخل المؤسسة الواحدة، ويرى الباحث أن نسبة الرافضين المنخفضة (10%) تشير إلى أن المقاومة الأيديولوجية الشاملة ليست هي التحدي الرئيسي، بل إن التحدي الحقيقي يكمن في تحويل المتابعين (46%) والمتاخرين (26%) إلى مستخدمين فعالين. كما أن ارتفاع نسبة المبكرين (18%) مقارنة بالسياقات التقليدية قد يعكس الطبيعة التقنية لقطاع الاتصالات الذي يجذب بشكل طبيعي الكوادر الأكثر افتتاحاً على التقنيات الحديثة، واللافت أن فئة المتابعين (46%) تشكل الكتلة الحرجية التي يمكن أن تميل باتجاه التسريع أو التباطؤ في عملية الانتشار، مما يجعلها الهدف الاستراتيجي الأهم لأي خطة تطوير. فهذه الفئة لا تحتاج إلى إقناع بمبدأ الفائدة، بل تحتاج إلى تأكيد عملى لهذه الفائدة عبر نماذج ونماذج تطبيقية ناجحة، وتستدعي هذه النتائج تبني استراتيجية تميزية تراعي خصوصية كل فئة: تمكين المبكرين كقادة تغيير ونماذج يحتذى بها، وتوفير الدعم العملي والتدريب المكثف للمتابعين لتحويل فضولهم إلى مهارات فعلية، وتصميم برامج تدريبية للمتاخرين تركز علىطمأنتهم وتذليل مخاوفهم الوظيفية، وفتح حوارات مفتوحة مع الرافضين لفهم أسباب رفضهم وتصحيح المفاهيم الخاطئة. فالنجاح في تحقيق التحول الرقمي لا يكون بإيجاز الجميع على السير بسرعة واحدة، بل بفهم سرعة كل فئة وتصميم المسارات المناسبة لها.

الجدول رقم 9: مقترنات التحسين حسب الأولوية

الأولوية القطاعية	متوسط الأهمية (1-5)	نسبة التأييد %	المقترح
1	4.7	%94	برامج تدريبية عمليّة
2	4.4	%89	تطوير بنية تحتية تقنية
3	4.3	%87	وضع ميثاق أخلاقي قطاعي
4	4.1	%83	إنشاء حاضنات تجريبية
5	4.0	%80	تحديث التشريعات المنظمة
6	3.9	%77	شراكات مع الجامعات

يوضح الجدول رقم (9) أولويات التحسين التي يراها ممارسو العلاقات العامة في قطاع الاتصالات الليبي لتعزيز تبني الذكاء الاصطناعي التوليدى، حيث تحتل "برامج تدريبية عملية" المرتبة الأولى بنسبة تأييد بلغت 94% ومتوسط أهمية 4.7. ثالثها في الأهمية "تطوير البنية التحتية التقنية" بنسبة 89%， ثم "وضع ميثاق أخلاقي قطاعي" بنسبة 87%. وتأتي باقى المقترنات بنسب تأييد تتراوح بين 77% و83%， هذا الترتيب للأولويات يتماشى بشكل واضح مع توصيات *دراسة علي حسين محمد علوى (2025)** التي أكدت على أهمية الانتقال من الدراسة النظرية إلى التطبيق العملي والتجريبي في تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي. كما تعكس هذه النتائج ما ذهبت إليه "دراسة Fitzek و Bârgãoanu (2025)" حول ضرورة الجمع بين التطوير التقنى والتأثير الأخلاقي في أي خطة شاملة لدمج الذكاء الاصطناعي في الممارسات المهنية، ففي تقديرنا فإن ارتفاع نسبة التأييد لجميع المقترنات (جميعها فوق 77%) يدل على أن الممارسين لديهم رؤية شاملة ومتکاملة لمتطلبات النجاح، حيث يجمعون بين المتطلبات التقنية (التدريب والبنية التحتية) والمتطلبات الأخلاقية (الميثاق الأخلاقي) والمتطلبات التشريعية (تحديث القوانين). واللافت أن المقترنات العملية (التدريب والحاضنات التجريبية) تتفوق على المقترنات النظرية والتشريعية، مما يؤكّد توجّه الممارسين نحو الحلول الميدانية المباشرة، كما ألاحظ أن طلب "وضع ميثاق أخلاقي قطاعي" جاء في المرتبة الثالثة بنسبة عالية (87%)، مما يؤكّد ما ظهر سابقاً من اهتمام كبير بالجانب الأخلاقي. وهذا يشير إلى أن الممارسين لا يريدون فقط تعلم كيفية استخدام التقنية، بل يريدون أيضاً معرفة حدود استخدامها المسؤول. وهو ما يتواافق مع المخاوف الأخلاقية التي برزت في الجداول السابقة، حيث تشير هذه النتائج إلى ضرورة تصميم خطة تحسين متعددة المسارات تعمل في وقت واحد على الجوانب التدريبية والتقنية والأخلاقية والتشريعية. فالتدريب بدون بنية تحتية داعمة قد يكون غير مجد، والبنية التحتية بدون أطر أخلاقية قد تكون خطيرة، والأطر الأخلاقية بدون تشريعات داعمة قد تكون غير فاعلة. وهذا يتطلب تعاوناً بين الجهات التربوية والشركات والمشرعين لوضع خريطة طريق واضحة تترجم هذه الأولويات إلى برامج عمل ملموسة.

تم الاستلام في : 2025/12/17 تم النشر في : 2026/01/02 تم القبول في : 2026/01/04

www.doi.org/10.62341/HCSJ

الجدول رقم 10: أخاذ التوصيات الاستراتيجية الشاملة.

المستوى	الوصية	الجهة المنفذة	الجدول الزمني
قطاعي	وضع استراتيجية وطنية للذكاء الاصطناعي	وزارة الاتصالات	قصير المدى (6 أشهر)
مؤسسسي	إنشاء وحدات ذكاء اصطناعي متخصصة	الشركات الثلاث	متوسط المدى (سنة)
مهني	تطوير معايير كفاءة تقنية للممارسين	نقابة المهن الإعلامية	مستمر
تعليمي	إدماج مناهج الذكاء الاصطناعي في التعليم الجامعات الليبية	طويل المدى	(3 سنوات)
تشريعي	إصدار قانون حماية البيانات الشخصية	مجلس النواب	عاجل

يقدم الجدول رقم (10) منظومة متكاملة من التوصيات الاستراتيجية موزعة على خمسة مستويات رئيسية: قطاعي، مؤسسسي، مهني، تعليمي، وتشريعي. تتراوح الفترات الزمنية المقترنة للتتنفيذ من التدخل العاجل في المجال التشريعي إلى الخطط المتوسطة وطويلة المدى في المجالات الأخرى، مع تحديد جهات تنفيذ واضحة لكل توصية، هذه التوصيات المتعددة المستويات تعكس الفهم الشامل لمتطلبات التحول الرقمي الناجح، حيث تجمع بين البعد الاستراتيجي الوطني (الاستراتيجية الوطنية) والتنفيذ المؤسسسي (الوحدات المتخصصة) والتطوير المهني (معايير الكفاءة) والإعداد الأكاديمي (إدماج المناهج) والتأطير القانوني (قانون حماية البيانات). هذا النهج الشامل يتواافق مع ما دعت إليه "دراسة Dong van den Berg (2025)" حول ضرورة تحديث الأطر الأخلاقية والمهنية للممارسة الاتصالية في عصر الذكاء الاصطناعي، كما يتماشى مع توصيات "الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (2023)" حول أهمية التخطيط الاستراتيجي المؤسسسي والوطني لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي.

يرى الباحث ، أن قوة هذه التوصيات تكمن في ترابطها العضوي وتسلسلها الزمني المنطقي. فالتدخل التشريعي العاجل يخلق البيئة الآمنة للتحول ، بينما تبدأ الاستراتيجية الوطنية في رسم الخريطة العامة، وتقوم المؤسسات ببناء القدرات الداخلية، وتعمل النقابات المهنية على تطوير المعايير، وتعد الجامعات الأجيال القادمة. وهذا التكامل بين المستويات المختلفة يضمن عدم اقتصار التغيير على مستوى دون آخر ، وكذلك التوصية بإصدار قانون حماية البيانات الشخصية مصنفة كعملية "عاجلة" ، وهو ما يتلقى مع المخاوف الأخلاقية الكبيرة

التي أظهرتها النتائج السابقة حول الخصوصية وحماية البيانات. وهذا يؤكد أن الجانب التشريعي ليس رفاهية يمكن تأجيلها، بل هو أساس لبناء الثقة والمشرعية لأي تحول رقمي. ولللافت أن التوصيات تتضمن بعداً تعليمياً طويلاً المدى (3 سنوات) يعكس الإدراك بأن التحول الحقيقي يتطلب إعداد الأجيال القادمة وليس فقط تأهيل الممارسين الحاليين. وهذا بعد الاستباقي يضمن استدامة التحول واستمراريته بعد انتهاء البرامج التدريبية الآتية، حيث تشير هذه التوصيات إلى أن نجاح تبني الذكاء الاصطناعي التوليدى في العلاقات العامة الليبية لن يكون مسؤولية جهة واحدة أو مستوى واحد، بل سيكون نتاج جهد متكامل تشارك فيه الحكومة والقطاع الخاص والمؤسسات الأكاديمية والهيئات المهنية. وهذا يستدعي تشكيل لجنة تنسيقية عليا تضم ممثلين عن جميع هذه الجهات لضمان تناسق الجهود وتكميلها، وتحويل هذه التوصيات من أفكار نظرية إلى خطة عمل وطنية ذات أولويات زمنية ومؤشرات أداء قابلة للقياس والمتابعة.

النتائج والتوصيات:

أولاً:- النتائج :

1. "تكوين ديموغرافي إيجابي": 75% من الممارسين تحت سن 40 سنة، و96% يحملون مؤهلاً جامعياً أو أعلى، مما يوفر قاعدة بشرية مؤهلة للتحول الرقمي داخل شركات الاتصال الليبية مجتمع الدراسة.
2. "فجوة بين المعرفة والتطبيق": مستوى الوعي العام داخل شركات الاتصال الليبية مجتمع الدراسة بالذكاء الاصطناعي التوليدى بلغ 66%， مع تفاوت واضح بين المعرفة النظرية (76%) والفهم التقني العميق (58%).
3. استخدام محدود في المهام الاستراتيجية: يركز الاستخدام الحالي داخل شركات الاتصال الليبية مجتمع الدراسة على المهام التشغيلية مثل كتابة المحتوى (68%) وإدارة الوسائل (60%)، بينما يقل في التخطيط الاستراتيجي (38%) فقط.

تم الاستلام في : 2025/12/17 تم النشر في : 2026/01/02 تم القبول في : 2026/01/04

www.doi.org/10.62341/HCSJ

4. "نقص المهارات التحدي الأكبر": يعتبر نقص المهارات التقنية العائق الرئيسي داخل شركات الاتصال الليبية مجتمع الدراسة وبنسبة تأثير 78%， يليه مخاوف الخصوصية بنسبة 75%.

5. التدريب العامل الأكثر تأثيراً: يساهم مستوى التدريب بنسبة 28% في تحديد درجة الاستخدام داخل شركات الاتصال الليبية مجتمع الدراسة، متوقعاً على الدعم المؤسسي (25%) والخبرة (20%).

6. فروق مؤسسية كبيرة: توجد فجوات دالة إحصائياً بين شركات القطاع، حيث تتفوق شركة LTT في جميع مؤشرات الوعي والاستخدام والقبول المستقبلي.

7. توزيع طبيعي للتبني داخل شركات الاتصال الليبية مجتمع الدراسة: ينقسم الممارسون إلى مبكرين (18%)، متابعين (46%)، متأخرین (26%)، ورافضين (10%)، وهو نموذج كلاسيكي لانتشار الابتكارات.

8. "توجه مستقبلي إيجابي مع تحفظات أخلاقية داخل شركات الاتصال الليبية مجتمع الدراسة": 84% يتوقعون زيادة الاعتماد مستقبلاً، لكن 88% يطالبون بضوابط أخلاقية صارمة، مما يعكس وعيًا بال subsequences.

9. "فعالية في تحليل البيانات": سجل استخدام الذكاء الاصطناعي داخل شركات الاتصال الليبية مجتمع الدراسة في تحليل بيانات الجمهور أعلى درجة فعالية (4.0) رغم نسب استخدام متوسطة (52%).

10. "حاجة ماسة للتدريب العملي": تحظى برامج التدريب العملية بأولوية قصوى داخل شركات الاتصال الليبية مجتمع الدراسة وبنسبة تأييد 94%， تعكس الحاجة للانتقال من التنظير إلى التطبيق.

ثانياً: التوصيات :

1. إطلاق استراتيجية وطنية عاجلة: "وضع إطار وطني شامل للذكاء الاصطناعي خلال 6 أشهر، مع إصدار قانون حماية البيانات الشخصية كأولوية قصوى لبناء الثقة القانونية.

تم الاستلام في : 2025/12/17 تم النشر في : 2026/01/02 تم القبول في : 2026/01/04

www.doi.org/10.62341/HCSJ

2. "تحويل التدريب من النظرية إلى الممارسة": تطوير برامج تدريبية تخصصية عملية ترتكز على التطبيقات المهنية المباشرة، وتستهدف بشكل خاص فئة المتابعين (46%).
3. "سد الفجوة بين الشركات": تبني سياسات قطاعية موحدة لضمان عدالة الانتقال الرقمي، مع الاستفادة من نجاحات الشركات الرائدة كنماذج يحتذى بها عبر برامج نقل المعرفة.
4. "وضع ميثاق أخلاقي مهني": تطوير وإقرار ميثاق أخلاقي قطاعي ينظم استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدى، ويحدد معايير المسؤولية والشفافية وحماية الخصوصية.
5. "إدماج الذكاء الاصطناعي في التعليم والتمهين": إدراج مناهج الذكاء الاصطناعي في البرامج الأكademie، وتطوير معايير كفاءة تقنية معتمدة للممارسين تضمن الجودة والمسؤولية في الاستخدام.

قائمة المراجع:

1. الغامدي، أحمد. (2022). "الذكاء الاصطناعي التوليدى: المفاهيم والتطبيقات." مجلة تقنية المعلومات، 15(3).
2. العتيبي، محمد والحارشى، خالد. (2023). "النماذج التوليدية في الذكاء الاصطناعي." المجلة العربية للذكاء الاصطناعي، 8(2).
3. مركز أبوظبى للذكاء الاصطناعي. (2023). "الذكاء الاصطناعي التوليدى: التحديات والفرص." سلسلة تقارير التكنولوجيا.
4. الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (SDAIA). (2023). "الاستراتيجية الوطنية للذكاء الاصطناعي." التقرير السنوى، .
5. بوفورة، علي. (2024). "الأبعاد الفلسفية للذكاء الاصطناعي التوليدى." مجلة الدراسات الفلسفية والتقنية، * (12).

تم الاستلام في : 2025/12/17 تم النشر في : 2026/01/02 تم القبول في : 2026/01/04

www.doi.org/10.62341/HCSJ

6. علي حسين محمد علوى. (2025). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في حملات العلاقات العامة: دراسة تجريبية. "مجلة الإعلام العربي", 40(2).
7. هند محمد علي. (2025). تأثير الذكاء الاصطناعي التوليدى على كفاءة الاتصالات المؤسسية: مراجعة تحليلية نقدية. "مجلة بحوث العلاقات العامة", 18(3).
8. فريق بحث مصرى. (2025) الاتجاهات الحديثة في بحوث تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة. "المجلة المصرية للإعلام", 32(4).
9. نهى السيد أحمد ناصر. (2023). الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة: مراجعة تحليلية. "مجلة العلوم الإنسانية", 29(1).
10. المجلس الاقتصادي الليبي. (2023). تقرير حول واقع التحول الرقمي في ليبيا. "التقرير السنوي".
- i. Duan, Y., Edwards, J. S., & Dwivedi, Y. K. (2019). Artificial intelligence for decision making in the era of Big Data. *International Journal of Information Management, 48.
 - ii. Nguyen, T., Nguyen, M., & Duong, T. (2021). AI-driven customer relationship management in telecommunications. *Journal of Business Research, 134.
 - iii. Chen, L., Li, S., & Wang, H. (2022) Predictive analytics for crisis management using AI. Decision Support Systems, 158.
 - iv. hang, Y., Wang, Q., & Liu, X. (2023). Generative AI in corporate communications: Applications and challenges. *Journal of Communication Management, 27(3).
 - v. Kim, S., & Park, J. (2022). AI-generated content in public relations: Efficiency and creativity. *Public Relations Review, 48(2).
 - vi. Rodriguez, M., Martinez, F., & Garcia, R. (2023) Strategic integration of generative AI in organizational communication. International Journal of Strategic Communication, 17(4).

تم الاستلام في : 2025/12/17 تم النشر في : 2026/01/02 تم القبول في : 2026/01/04

[www.doi.org/10.62341/HCSJ](https://doi.org/10.62341/HCSJ)

- vii. Dong, C., & van den Berg, H. (2025). Practitioners' perceptions of generative AI in public relations work: A qualitative study. *Journal of Public Relations Research*, 37(1).
- viii. Fitzek, A., & Bârgăoanu, A. (2025) Enhancing written communication quality through large language models: A mixed-methods study *Corporate Communications: An International Journal*, 30(2).
- ix. Mehrabi, N., Morstatter, F., Saxena, N., Lerman, K., & Galstyan, A. (2021). A survey on bias and fairness in machine learning. **ACM Computing Surveys*, 54(6).
- x. Rudin, C. (2019). Stop explaining black box machine learning models for high stakes decisions and use interpretable models instead. **Nature Machine Intelligence*, 1(5).
- xi. Smuha, N. A. (2021). Beyond the individual: Governing AI's societal harm *Internet Policy Review*, 10(3).
- xii. Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power. *PublicAffairs*
- xiii. Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (2022). Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics. **Oxford University Press*.

التقارير والمصادر الإلكترونية:

- i. Muck Rack / Axios. (2025) State of AI in Public Relations 2025 Retrieved from <https://www.muckrack.com>.
- 1. الهيئة العامة للاتصالات الليبية. (2024). "التقرير السنوي لقطاع الاتصالات". طرابلس: الهيئة العامة للاتصالات.
- 2. شركة ليبيا للاتصالات والتكنولوجيا (LTT). (2024)"التقرير السنوي". بنغازي: إدارة العلاقات العامة.
- 3. شركة المدار للاتصالات. (2024)."تقرير الأداء السنوي". طرابلس: إدارة التخطيط الاستراتيجي.
- 4. شركة بيان. (2024). تقرير الاستدامة السنوي. مصراته: إدارة الاتصال المؤسسي.

2026/01/04

تم القبول في: 2026/01/02

تم الاستلام في: 2025/12/17

www.doi.org/10.62341/HCSJ

القوانين والتشريعات:

- .1. قانون الاتصالات الليبي رقم 10 لسنة 2010. الجريدة الرسمية، العدد 15.
- .2. المشروع الوطني للفضاء الإلكتروني. (2018). وزارة الاتصالات والمعلوماتية،
ليبيا.
- .3. مسودة قانون حماية البيانات الشخصية. (2021). مجلس النواب الليبي (قيد
المناقشة).