

أثر الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات السيبرانية على سمعة المؤسسة من وجهة نظر مسؤولي الاتصال المؤسسي بمدينة الرياض

مروان محمد الزوري

باحث إعلامي، المملكة العربية السعودية

marwan@alzori.com

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات السيبرانية على سمعة المؤسسة من وجهة نظر المتخصصين في شركات القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية. ركزت الدراسة على بحث ثلاثة محاور رئيسية شملت واقع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مراحل الأزمة المختلفة، وأثر ذلك الاستخدام على تعزيز أبعاد السمعة، إضافة إلى رصد التحديات التي تواجه هذا التطبيق. ولتحقيق أهداف البحث، استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي لملاءمته لطبيعة الدراسة، مع استخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات. تكوّن مجتمع الدراسة من مسؤولي الاتصال المؤسسي في شركات القطاع الخاص السعودي بمدينة الرياض، حيث طبقت الدراسة على عينة ملائمة قوامها (80) متخصصاً موزعين على قطاعات مختلفة. أظهرت النتائج أن واقع الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات جاء بمستوى مرتفع جداً بمتوسط حسابي (4.28)، حيث تصدرت عمليات تحليل مصدر الهجمات وعزل الأنظمة المتضررة قائمة الممارسات المطبقة. كما أثبتت النتائج وجود أثر إيجابي مرتفع جداً لهذه التقنيات في تعزيز سمعة المؤسسة بمتوسط (4.23)، حيث ساهمت بفاعلية في زيادة ثقة العملاء وحماية البيانات وتعزيز المكانة التنافسية. في المقابل، كشفت الدراسة عن وجود معوقات جوهرية تحد من الفاعلية بمتوسط (4.32)، تصدرتها التكلفة المالية العالية ونقص الكوادر البشرية المؤهلة. وبناءً على ذلك، أوصت الدراسة بضرورة تطوير أنظمة ربط آلي لسرعة الاستجابة الإعلامية، واعتماد المراجعة البشرية لضمان المصداقية، وصياغة سياسات حوكمة لتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، الأزمات السيبرانية، سمعة المؤسسة، إدارة الأزمات، الاتصال المؤسسي، الأمن السيبراني.

The impact of relying on artificial intelligence in managing cyber crises on the reputation of the organization, from the perspective of corporate communications officials in Riyadh

Marwan Mohammed Al-Zouri

Media Researcher, Kingdom of Saudi Arabia

marwan@alzori.com

Abstract

This study aimed to investigate the impact of relying on Artificial Intelligence (AI) in cyber crisis management on corporate reputation, from the perspective of specialists within private sector companies in the Kingdom of Saudi Arabia. The study focused on three main axes: the current status of employing AI technologies across various crisis stages, the impact of such usage on enhancing reputation dimensions, and the identification of challenges hindering this application. To achieve the research objectives, the researcher adopted the descriptive survey method due to its suitability for the study's nature, utilizing a questionnaire as the primary data collection tool. The study population comprised corporate communication officials in Saudi private sector companies in Riyadh. The study was conducted on a convenience sample of (80) specialists distributed across various sectors. The results indicated a very high level of reliance on AI in crisis management, with a mean of (4.28). Specifically, operations involving the analysis of attack sources and the isolation of affected systems topped the list of applied practices. The findings also demonstrated a very high positive impact of these technologies on enhancing corporate reputation (4.23), effectively contributing to increased customer trust, data protection, and strengthened competitive positioning. Conversely, the study revealed substantial obstacles limiting effectiveness (mean: 4.32), foremost among them being high financial costs and a shortage of qualified human personnel. Consequently, the study recommended the development of automated linkage systems to ensure rapid media response, the adoption of human review mechanisms to ensure credibility, and the formulation of governance policies to regulate AI usage.

Keywords: Artificial Intelligence, Cyber Crises, Corporate Reputation, Crisis Management, Corporate Communication, Cybersecurity.

المقدمة

يشهد العالم المعاصر تحولات تكنولوجية متسارعة فرضت واقعاً جديداً على بيئة الأعمال، حيث أصبح التحول الرقمي سمة أساسية لضمان بقاء المؤسسات ونموها. وفي خضم هذا التطور، برزت الأزمات السيبرانية كواحدة من أخطر التهديدات التي تواجه الكيانات الاقتصادية، إذ لم تعد مجرد اختلالات تقنية عابرة، بل تحولت إلى أزمات استراتيجية تمس جوهر بقاء المؤسسة واستمراريتها. هذا الواقع المعقد استدعى البحث عن حلول غير تقليدية، ليرز الذكاء الاصطناعي (AI) كقوة تحويلية هائلة قادرة على إعادة رسم خرائط إدارة المخاطر، حيث أشارت الدراسات الحديثة إلى أن دمج التقنيات الذكية في البنية التحتية للمؤسسات لم يعد خياراً ترفيهياً بل ضرورة ملحة لتعزيز المرونة التنظيمية في مواجهة التهديدات المتصاعدة (Trim & Lee, 2022).

ومع تعاظم دور الذكاء الاصطناعي، تباينت الرؤى حول ماهيته ودوره الوظيفي، إلا أن الاتفاق العام ينصب على قدرته الفائقة في محاكاة العمليات الذهنية البشرية وتحليل البيانات الضخمة بسرعة تفوق القدرات التقليدية. وقد أوضح البحري (2025) أن أدوات الذكاء الاصطناعي أحدثت طفرة في الأداء المؤسسي، مما مكن المنظمات من الانتقال من مرحلة رد الفعل إلى مرحلة الاستباق والتنبؤ. هذا التطور التقني ينعكس بشكل مباشر على آليات التعامل مع الأزمات، حيث تتيح الخوارزميات المتقدمة إمكانية رصد المؤشرات الأولية للأزمات قبل تفاقمها، مما يوفر للمؤسسات وقتاً ثميناً للاستجابة والاحتواء، وهو ما يعزز من كفاءة إدارة الأزمات بمفهومها الشامل (Hossain et al., 2025).

في سياق إدارة الأزمات السيبرانية تحديداً، يلعب الذكاء الاصطناعي دور الحارس اليقظ، حيث يساهم بشكل فعال في تعزيز الامتثال لمعايير الأمن السيبراني وتقليل الأخطاء البشرية التي غالباً ما تكون الثغرة الأولى للاختراقات. وقد بين الرحاحله (2025) أن توظيف الذكاء الاصطناعي في إدارة مخاطر الأمن السيبراني يرفع من قدرة المؤسسة على اكتشاف التهديدات ومعالجتها فوراً. هذا الدور الوقائي والعلاجي لا يتوقف عند حماية الأنظمة التقنية فحسب، بل يمتد ليشمل حماية الأصول غير الملموسة، وعلى رأسها سمعة المؤسسة التي تكون في مهب الريح عند وقوع أي اختراق للبيانات أو تعطيل للخدمات (المصري، 2024).

وتُعد سمعة المؤسسة الحلقة الأضعف والأكثر تضرراً أثناء الأزمات السيبرانية، خاصة في ظل الانتشار الفيروسي للأخبار عبر المنصات الرقمية. وهنا تبرز أهمية إدارة السمعة الرقمية كجزء لا يتجزأ من إدارة الأزمة، حيث أكدت دراسة بوخاري (2024) أن الشبكات الاجتماعية تلعب دوراً مزدوجاً في تضخيم الأزمة أو احتوائها بناءً على سرعة وكفاءة استجابة المؤسسة. وفي هذا الإطار، يقدم الذكاء الاصطناعي حلولاً مبتكرة لاستعادة الثقة، حيث أشار Djenih (2024) إلى فاعلية هذه التقنيات في التحكم في الأضرار من

خلال تحليل اتجاهات الرأي العام وتوجيه الرسائل الاتصالية بدقة للفئات المستهدفة، مما يقلل من التداعيات السلبية على الصورة الذهنية للمؤسسة.

من وجهة نظر المتخصصين في الاتصال والعلاقات العامة، فإن تبني هذه التقنيات يمثل تحولاً في الممارسات المهنية، حيث ينتقل دورهم من الاتصال التقليدي إلى الاتصال القائم على البيانات. وقد ناقش كل من زيدان والداغر (2026) اتجاهات النخبة نحو تأثير هذه التقنيات، موضحين أن المتخصصين يدركون أن الذكاء الاصطناعي يعزز من قدرتهم على إدارة السمعة بمهنية عالية، رغم وجود تحديات تتعلق بالتطبيق والمواءمة مع السياسات المؤسسية. كما دعمت إبراهيم (2024) هذا التوجه بالإشارة إلى أن القائمين على الصناعة يرون في الذكاء الاصطناعي شريكاً استراتيجياً في إنتاج المحتوى وإدارة الأزمات الاتصالية بكفاءة.

وبالانتقال إلى السياق السعودي، نجد أن المملكة العربية السعودية تشهد حراكاً تقنياً غير مسبوق في ضوء رؤية 2030، حيث تولي المؤسسات اهتماماً بالغاً بالأمن السيبراني والتحول الرقمي. ولقد بينت العديد من الدراسات المحلية أهمية هذا التوجه، مثل دراسة السقاط والسقاف (2025) التي أكدت أن الذكاء الاصطناعي أصبح ركيزة أساسية في إدارة المخاطر داخل المؤسسات المالية السعودية، مما يعزز من استقرارها وسمعتها. كما أوضح باسودان (2022) أن العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية والخاصة بمنطقة جازان وغيرها من المناطق باتت تعتمد بشكل متزايد على التقنيات الحديثة لتحسين الأداء والصورة الذهنية. وفي دراسة حديثة، كشفت بخش (2025) عن وجود علاقة وثيقة بين استراتيجيات التواصل الرقمي الحديثة وتعزيز السمعة المؤسسية في الشركات السعودية، مؤكدة أن البيئة السعودية أصبحت خصبة لتطبيق هذه التقنيات لتعزيز التنافسية.

وتأسيساً على ما سبق، ورغم الزخم العالمي حول أهمية الذكاء الاصطناعي، إلا أن هناك حاجة ملحة لفهم عمق تأثيره على "سمعة المؤسسة" تحديداً أثناء الأزمات السيبرانية من منظور ممارسي الاتصال في البيئة السعودية. ومن هنا، تنبع أهمية هذه الدراسة التي تسعى للتعرف على أثر الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات السيبرانية على سمعة المؤسسة من وجهة نظر المتخصصين في شركات القطاع الخاص، لسد الفجوة المعرفية وتقديم رؤى تطبيقية تخدم قطاع الأعمال السعودي.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها

على الرغم من التطور المتسارع في تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في مختلف المجالات الإدارية والتقنية، إلا أن توظيفه الفعلي في إدارة "أزمات السمعة" الناجمة عن الهجمات السيبرانية لا يزال يواجه العديد من التحديات والغموض، لا سيما في بيئة الأعمال العربية والسعودية. وتكمن مشكلة الدراسة في وجود فجوة واضحة بين الجاهزية التقنية للمؤسسات وبين استراتيجياتها الاتصالية لإدارة السمعة أثناء

الأزمات؛ إذ تركز معظم الجهود على الجانب التقني البحت للأمن السيبراني، مع إغفال الجانب الاتصالي والسمعة المؤسسية التي قد تتعرض لدمار شامل في لحظات. وقد أشارت دراسة المصري (2024) إلى أن التركيز غالباً ما ينصب على حماية البيانات والشبكات، بينما يظل جانب حماية الصورة الذهنية باستخدام نفس الأدوات الذكية بحاجة لمزيد من البحث والتطوير.

ولقد بينت العديد من الدراسات وجود قصور في استيعاب الدور الاستراتيجي للذكاء الاصطناعي في إدارة المخاطر غير الملموسة كالسمعة. فعلى سبيل المثال، أوضحت دراسة Hirsch (2018) أن هناك تبايناً في إدراك المؤسسات لمخاطر السمعة المرتبطة بالأمن السيبراني، وأن الفشل في دمج الذكاء الاصطناعي ضمن خطط إدارة الأزمات الاتصالية يؤدي إلى تفاقم الخسائر المعنوية. كما أكد Ahmad & Aladawi (2023) أن هناك عوامل عديدة تؤثر في تبني هذه التقنيات في إدارة الأزمات، وأن عدم فهم هذه العوامل من قبل المتخصصين يعيق الاستفادة القصوى من قدرات الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بمسار الأزمة وتأثيرها على الجمهور.

كما تشير الأدبيات إلى وجود تحديات تتعلق بمدى جاهزية وكفاءة الكوادر البشرية في التعامل مع هذه التقنيات المتقدمة. فقد كشفت دراسة الزهراني (2022) عن تفاوت في تبني الصحفيين والممارسين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، مما يعكس وجود فجوة مهارية قد تؤثر على فاعلية إدارة الأزمات. وهذا ما يتفق مع دراسة حشيش وفتوح (2024) التي بينت الحاجة الماسة لتعزيز الوعي والتدريب حول تقنيات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على قضايا الأمن السيبراني، حيث إن نقص الوعي لدى المتخصصين قد يؤدي إلى استجابات اتصالية غير دقيقة تفاقم من أزمة السمعة بدلاً من حلها.

وفي السياق السعودي، ورغم الخطوات المتقدمة التي حققتها المملكة في مجال الأمن السيبراني، إلا أن الدراسات تشير إلى تحديات خاصة تواجه القطاع الخاص في الموائمة بين التقنية والاتصال. فقد بينت دراسة السقاط والسقاف (2025) أن هناك حاجة مستمرة لتطوير آليات إدارة المخاطر باستخدام الذكاء الاصطناعي لمواكبة التحديات المتجددة. كما أوضحت دراسة بخش (2025) أن استراتيجيات التواصل الرقمي وتأثيرها على السمعة تتطلب تحديثاً مستمراً يواكب التحول الرقمي، مما يطرح تساؤلاً جوهرياً حول مدى اعتماد شركات القطاع الخاص السعودي فعلياً على هذه التقنيات في حماية سمعتها وقت الأزمات.

وبناءً على ما سبق، تتحدد مشكلة الدراسة الحالية في التساؤل الرئيس التالي: ما أثر الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات السيبرانية على سمعة المؤسسة من وجهة نظر مسؤولي الاتصال المؤسسي؟

ومن هذا التساؤل الرئيس، تندرج التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما مستوى الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مراحل إدارة الأزمات السيبرانية من وجهة نظر مسؤولي الاتصال المؤسسي؟

2. ما أثر توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي أثناء الأزمات السيبرانية على تعزيز أبعاد سمعة المؤسسة من وجهة نظر مسؤولي الاتصال المؤسسي؟
3. ما التحديات التي تحول دون فاعلية استخدام الذكاء الاصطناعي في حماية سمعة المؤسسة أثناء الهجمات السيبرانية من وجهة نظر مسؤولي الاتصال المؤسسي؟

أهداف الدراسة

تتمثل أهداف الدراسة في التالي:

1. التعرف على مستوى الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مراحل إدارة الأزمات السيبرانية من وجهة نظر مسؤولي الاتصال المؤسسي.
2. معرفة أثر توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي أثناء الأزمات السيبرانية على تعزيز أبعاد سمعة المؤسسة من وجهة نظر مسؤولي الاتصال المؤسسي.
3. الكشف عن التحديات التي تحول دون فاعلية استخدام الذكاء الاصطناعي في حماية سمعة المؤسسة أثناء الهجمات السيبرانية من وجهة نظر مسؤولي الاتصال المؤسسي.

أهمية الدراسة

تنبع الأهمية النظرية لهذه الدراسة من تناولها لموضوع حيوي يربط بين التقنية والأبعاد الاستراتيجية للمؤسسات، فبما أن القطاع الخاص شريك أساسي في التنمية وفق رؤية المملكة 2030، فإن تعزيز قدراته السيبرانية وحماية سمعته يصب بشكل مباشر في مصلحة الاقتصاد الوطني ويعزز الثقة في بيئة الأعمال السعودية. وتكتسب الدراسة قيمتها العلمية الخاصة من ندرة الدراسات العربية – في حدود علم الباحث – التي جمعت بين ثلاث متغيرات حديثة ومعقدة في نموذج بحثي واحد، وهي: تقنيات الذكاء الاصطناعي، وإدارة الأزمات السيبرانية، وسمعة المؤسسة، مما يساهم في إثراء المكتبة العربية بمرجع علمي متخصص يسد جزءاً من هذه الفجوة البحثية.

تتمثل الأهمية التطبيقية للدراسة في الفائدة المرجوة التي تقدمها لصناع القرار والمسؤولين في شركات القطاع الخاص السعودي، وتحديدًا في إدارات الاتصال المؤسسي وتقنية المعلومات، حيث تعينهم النتائج على اتخاذ قرارات صائبة ومدروسة بشأن الاستثمار في أدوات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها لحماية سمعة مؤسساتهم. كما تتجلى القيمة العملية في سعي الدراسة لتقديم مجموعة من التوصيات الإجرائية للمتخصصين حول الكيفية المثلى لدمج التقنية في خطط إدارة الأزمة، مما يساعد بشكل فاعل في تقليل زمن الاستجابة للأزمات وتحجيم الأضرار التي قد تلحق بسمعة المؤسسة ومكانتها التنافسية.

مصطلحات الدراسة

- **الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence):** يُعرف الذكاء الاصطناعي بأنه "فرع من علوم الحاسب يهتم بتصميم وتطوير أنظمة وخوارزميات قادرة على محاكاة القدرات الذهنية البشرية، مثل التعلم، والاستنتاج، وحل المشكلات المعقدة، واتخاذ القرارات بناءً على تحليل البيانات الضخمة، بما يمكن الآلة من أداء مهام تتطلب عادةً ذكاءً بشرياً" (Connock, 2022, 37). ويُعرفه الباحث إجرائياً بأنه التطبيقات والبرمجيات الذكية مثل تحليل البيانات الضخمة، النماذج التنبؤية، وأنظمة الرد الآلي التي تعتمد عليها شركات القطاع الخاص بمدينة الرياض في الرصد والتحليل والاستجابة للأزمات.
- **الأزمات السيبرانية (Cyber Crises):** الأزمات السيبرانية هي "أحداث مفاجئة وغير متوقعة ناتجة عن هجمات إلكترونية أو اختراقات للشبكات ونظم المعلومات، تؤدي إلى تعطيل العمليات التشغيلية، أو سرقة البيانات الحساسة، أو الإضرار بالبنية التحتية الرقمية، مما يهدد استقرار المؤسسة ويضعها تحت ضغط اتخاذ قرارات مصيرية في وقت ضيق" (Cole, 2021, 44). ويعرفها الباحث إجرائياً بأنها مجموعة التهديدات والاختراقات الرقمية التي تتعرض لها شركات القطاع الخاص بمدينة الرياض والتي تتطلب استجابة فورية من أجل الحفاظ على سمعة الشركة وعدم تعرضها لخسائر مادية ومعنوية.
- **سمعة المؤسسة (Corporate Reputation):** سمعة المؤسسة هي "المحصلة التراكمية للصورة الذهنية والانطباعات التي يشكلها أصحاب المصلحة مثل الجمهور، العملاء، والمستثمرين حول المؤسسة بناءً على سلوكها السابق، وأدائها الحالي، وقدرتها على تلبية التوقعات، وتُعد أصلاً غير ملموس يعكس مدى الثقة والمصداقية التي تتمتع بها المؤسسة" (Doorley & Garcia, 2025, 96). ويعرفها الباحث إجرائياً بأنها المكانة والتقدير الذي تحظى به شركات القطاع الخاص لدى جمهورها والتي تشمل أبعاداً مثل الثقة، المصداقية، والمسؤولية بعد التعرض للأزمات السيبرانية.

الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً: الإطار النظري:

مفهوم الذكاء الاصطناعي وتقنياته:

يُعد الذكاء الاصطناعي (AI) ثورةً معرفية وتقنية تجاوزت حدود البرمجة التقليدية، حيث يُعرف بأنه "محاكاة الأنظمة الحاسوبية للعمليات الذهنية البشرية، كالقدرة على الاستنتاج، والتعلم، وحل المشكلات المعقدة" (البلقاسي، 2025، 36). لا يعتمد هذا المفهوم على مجرد تنفيذ أوامر مُعدة مسبقاً، بل يرتكز

على بناء خوارزميات ذكية قادرة على معالجة كميات هائلة من البيانات (Big Data) لاستخلاص الأنماط واتخاذ قرارات مستقلة أو شبه مستقلة (المصري، 2024). ويشكل هذا التحول جوهر الانتقال من الأتمتة البسيطة إلى الأتمتة الذكية التي تتسم بالمرونة والقدرة على التكيف مع المتغيرات في البيئة المحيطة، مما يجعله ركيزة أساسية في استراتيجيات التحول الرقمي الحديثة للمؤسسات والحكومات على حد سواء.

تتفرع عن هذا المفهوم مجموعة من التقنيات المترابطة التي تمثل الأدوات التنفيذية للذكاء الاصطناعي، وفي مقدمتها تعلم الآلة (Machine Learning) الذي يتيح للنظم تطوير أدائها ذاتياً من خلال التجربة وتحليل البيانات التاريخية، والتعلم العميق (Deep Learning) الذي يحاكي عمل الشبكات العصبية في الدماغ البشري لمعالجة بيانات غير مهيكلة كالصور والأصوات. وتتكامل هذه التقنيات مع معالجة اللغات الطبيعية (NLP) التي مكنت الآلات من فهم وتوليد اللغة البشرية بطلاقة، كما نرى في النماذج التوليدية الحديثة. هذا التكامل التقني لم يسهم فقط في تسريع العمليات التشغيلية، بل أتاح ابتكار حلول استباقية في مجالات حيوية كالطب، والأمن السيبراني، والإعلام، مما يعزز من الكفاءة البشرية ويفتح آفاقاً جديدة للابتكار المستدام (Hassan, 2023, 278).

كما يُعرف الذكاء الاصطناعي في الأدبيات الحديثة بأنه قدرة الأنظمة الرقمية على محاكاة العمليات الذهنية البشرية مثل التعلم، والاستنتاج، والتصحيح الذاتي، وهو ما أكدته الدراسات التي تناولت التعليم المستدام، حيث أشار عبدالمقصود (2025) إلى أن هذه التقنيات تعيد تشكيل طرق التعلم واكتساب المعرفة بما يخدم استدامة التطور المؤسسي. وفي قلب هذا التحول، تبرز تقنيات توليد المحتوى والنماذج اللغوية الكبيرة مثل (ChatGPT) التي أحدثت ثورة في الأداء المؤسسي، حيث أكد البحيري (2025) أن هذه الأدوات باتت تمثل معياراً جديداً لقياس الكفاءة والسرعة في المؤسسات الإعلامية، مما ينقل العمل من الأطر التقليدية إلى آفاق الأتمتة الذكية.

إن التقنيات المرتبطة بالذكاء الاصطناعي باتت تفرض واقعاً جديداً داخل غرف الأخبار وصناعة المحتوى. وقد ركزت دراسة زيدان والداغر (2026) على اتجاهات النخبة الإعلامية نحو هذه التقنيات، حيث أظهرت أن هناك وعياً متزايداً بأن صحافة الذكاء الاصطناعي ستغير جذرياً من الأداء المهني للصحفيين، ليس فقط من حيث السرعة ولكن في دقة المعالجة الخبرية. وهذا يتفق مع ما طرحه ثروت (2025) في دراسته المقارنة، حيث أوضح تباين مستويات التوظيف التقني، إلا أن الإجماع يظل منعقداً على أن هذه التقنيات هي المحرك المستقبلي للمؤسسات الصحفية. ومن منظور اقتصادي وإداري، يشير Connock (2022) إلى أن فهم نماذج الأعمال الإعلامية في العصر الرقمي يتطلب استيعاباً عميقاً لكيفية دمج هذه التقنيات في صلب العمليات التشغيلية لضمان البقاء في سوق شديدة التنافسية.

على الرغم من التفاؤل التقني، فإن مفهوم الذكاء الاصطناعي يثير جدلاً واسعاً حول مستقبل العنصر البشري، وهي إشكالية ناقشها لرازة ونذير (2023) بتساؤل جوهرى حول ما إذا كانت المؤسسات

ستستغني عن صحافيتها، ليخلصوا إلى أن المفهوم الأصح هو التكامل لا الإحلال. وتدعم إبراهيم (2024) هذا الطرح من خلال رصد اتجاهات القائمين على الصناعة، الذين يرون في تطبيقات الذكاء الاصطناعي وسيلة لتعزيز جودة الإنتاج لا استبدال المبدعين. كما أن تبني هذه التقنيات يختلف باختلاف البيئات المهنية، كما أوضح الزهراني (2022) والغباري وعثمان (2023) اللذان قدما رؤية مستقبلية لتطوير الإعلام الرقمي. وفي سياق متصل، لا يمكن إغفال الأثر المجتمعي لهذه التقنيات، حيث بين عبد العزيز وإبراهيم (2022) وعبد المقصود (2025) والقماطي (2025) وخبريش (2025) كيف أن المفهوم التقني للذكاء الاصطناعي بات يؤثر في اتجاهات الجمهور والنخب على حد سواء، مما يجعل من فهم هذه التقنيات ضرورة مجتمعية ومهنية ملحة تتجاوز مجرد الاستخدام الوظيفي إلى التأثير الثقافي والسلوكي الشامل.

دور الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات السيبرانية:

يمثل الأمن السيبراني الهاجس الأكبر للمؤسسات في العصر الرقمي، وقد أدى دخول الذكاء الاصطناعي إلى هذا المجال إلى تغيير قواعد اللعبة في إدارة الأزمات السيبرانية من منهجية "رد الفعل" إلى منهجية "الاستباق والوقاية". يؤكد الرحاحله (2025) أن خوارزميات الذكاء الاصطناعي تمتلك قدرة فائقة على تحليل الأنماط السلوكية للشبكات واكتشاف الثغرات الأمنية قبل أن يتمكن المهاجمون من استغلالها، مما يعزز من قدرة المؤسسة على الامتثال للمعايير الأمنية العالمية وتقليل هامش الخطأ البشري الذي غالباً ما يكون السبب الرئيسي في الاختراقات. هذا الدور المحوري يتجاوز مجرد الحماية التقنية ليصل إلى تأمين المحتوى والمنصات، حيث أشار المصري (2024) إلى أن تحسين الأمن السيبراني وحماية المنصات الإعلامية الرقمية يعتمد بشكل كلي على دمج أدوات الذكاء الاصطناعي التي تعمل على مدار الساعة لرصد التهديدات، مما يضمن استمرارية العمل وجودة المحتوى حتى في ظل الهجمات الشرسة. كما أوضح السقاط والسقاف (2025) أن إدارة المخاطر في القطاعات الحساسة باتت تعتمد على التحليلات التنبؤية التي يوفرها الذكاء الاصطناعي لكشف الاحتيال والجرائم الإلكترونية في الوقت الفعلي مما يقلل من الخسائر المالية.

ولا يقتصر الأمر على الجانب التقني الصرف، بل يمتد ليشمل الجوانب التنظيمية والمرونة المؤسسية، حيث يطرح Lee & Trim (2022) مفهوماً متقدماً يدمج الذكاء الاجتماعي والثقافي مع الذكاء الاصطناعي لزيادة "المرونة السيبرانية"، مؤكداً أن التكنولوجيا وحدها لا تكفي، بل يجب أن تكون مدعومة بوعي تنظيمي وفهم للسياق البشري للهجمات، وهو ما يساعد المؤسسات على التعافي السريع بعد وقوع الأزمة. علاوة على ذلك، يلعب الذكاء الاصطناعي دوراً حاسماً في مرحلة "الاستجابة والقرار" أثناء إدارة الأزمة. يشير كلاً من Ahmad & Aladawi (2023) و Hossain وآخرين (2025) إلى أن العوامل المؤثرة في تبني الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات ترتبط بقدرته على معالجة تدفقات هائلة من البيانات في لحظات

الذعر المؤسسي، وتقديم توصيات دقيقة لمتخذي القرار. هذا المنظور المعلوماتي يجعل من الذكاء الاصطناعي شريكاً استراتيجياً في غرفة العمليات، حيث يقوم بفرز المعلومات المضللة عن الحقائق، وتحديد مصدر الهجوم، واقتراح سيناريوهات الرد الأمثل. كما أن الوعي بهذه التقنيات يبدأ من البيئة التعليمية، حيث بينت حشيش وفتوح (2024) تأثير هذه التقنيات على آراء الطلاب تجاه قضايا الأمن السيبراني، مما يخلق جيلاً واعياً بأهمية هذه الأدوات في حماية الفضاء الرقمي للمؤسسات مستقبلاً.

الأزمات السيبرانية وتأثيرها على سمعة المؤسسة:

تعد السمعة المؤسسية الأصل الأعلى والأكثر هشاشة في آن واحد، وتأتي الأزمات السيبرانية لتضرب هذا الأصل في مقتل، خاصة في ظل البيئة الرقمية المفتوحة التي لا تعرف الكتمان. إن وقوع هجوم سيبراني، سواء كان تسريباً لبيانات العملاء أو تعطيلاً للخدمات، لا يُنظر إليه مجرد خلل تقني، بل يُترجم فوراً إلى أزمة ثقة تهز صورة المؤسسة في أذهان الجماهير. وقد بينت بوخاري (2024) أن الشبكات الاجتماعية تلعب دور "المُسرع" لهذه الأزمات، حيث ينتشر الخبر السلبي بسرعة فيروسية تفوق قدرة المؤسسات التقليدية على الاحتواء، مما يجعل إدارة السمعة في هذه الحالة معركة ضد الوقت وضد الشائعات. ويشير ديابي وآخرين (2022) إلى أن الجمهور الرقمي يراقب ويحكم بقسوة على المؤسسات التي تفشل في حماية منصاتهما، مما يؤدي إلى تآكل الرصيد المعنوي للمؤسسة بسرعة مذهلة. إن تأثير الأزمات السيبرانية يمتد ليشمل كافة أنواع المؤسسات، بما فيها الحكومية والخدمية. فقد كشف الخشان (2023) عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة السمعة لدى المؤسسات الحكومية، مشيراً إلى أن أي اختراق أمني أو فشل تقني في الخدمات الإلكترونية الحكومية ينعكس سلباً على ثقة المواطن في كفاءة الدولة وأجهزتها، مما يحول الأزمة من تقنية إلى أزمة رأي عام كبرى.

وفي هذا السياق، يوضح Hirsch (2018) أن الارتباط الوثيق بين الذكاء الاصطناعي وإدارة المخاطر نابع من أن الفشل في تبني حلول الحماية يُعد بحد ذاته إهمالاً يضر بالسمعة، فالمؤسسات اليوم تُحاسب ليس فقط على وقوع الأزمة، بل على مدى جاهزيتها التقنية لمنعها. وبالتالي، فإن الأزمات السيبرانية تترك ندوباً طويلة الأمد على العلامة التجارية قد تستغرق سنوات لترميمها. تتفاقم خطورة هذه الأزمات عندما تتداخل مع التغطية الإعلامية المكثفة، حيث تتحول المؤسسة إلى مادة دسمة للنقد والتحليل السلبي.

ويشير Indrawan & Kafi (2026) إلى أن استراتيجيات التواصل المؤسسي في عصر الأزمات الرقمية تواجه تحدياً غير مسبوق، حيث يتطلب الموقف استجابة شفافاً وفورية، وأي تأخير أو محاولة لإخفاء الحقائق السيبرانية تؤدي إلى تدمير ما تبقى من مصداقية. وتضيف الشرفاوي (2022) بعداً آخر يتعلق بقدرة المؤسسات الصحفية نفسها على الصمود، حيث إن تعرضها لأزمات سيبرانية قد يفقدها مصداقيتها كمصدر للمعلومة. الخلاصة هنا أن الأزمة السيبرانية هي في جوهرها "أزمة سمعة" بامتياز،

حيث إن الخسائر المادية المترتبة على دفع الغدية أو إصلاح الأنظمة قد تكون أقل فداحة بكثير من خسارة ولاء العملاء وثقة الشركاء الاستراتيجيين.

دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز سمعة المؤسسة:

في مواجهة التحديات الرقمية المعقدة، يبرز الذكاء الاصطناعي كأداة استراتيجية فعالة ليس فقط لحماية السمعة، بل لتعزيزها وبنائها بشكل مستدام. لم يعد دور العلاقات العامة يقتصر على كتابة البيانات الصحفية، بل تحول بفضل الذكاء الاصطناعي إلى عملية دقيقة تعتمد على البيانات والتحليلات العميقة. توضح الدراسات الحديثة، مثل دراسة (Djenih (2024) و (Ehlers (2021)، أن الذكاء الاصطناعي يلعب دوراً حيوياً في استراتيجيات عادة البناء والتحكم في الأضرار بعد الأزمات. فمن خلال أدوات الاستماع الاجتماعي وتحليل المشاعر، يمكن للمؤسسات فهم اتجاهات الغضب الجماهيري بدقة وتصميم رسائل اتصالية موجهة تمتص هذا الغضب وتعيد بناء الثقة بشكل علمي ومدروس، بدلاً من الاعتماد على الحدس العشوائي. على صعيد البناء الإيجابي والوقائي للسمعة، تساهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير ما يُعرف بـ "العلاقات العامة الرقمية" الذكية.

وقد أشارت مرسى (2023) إلى الاتجاهات الحديثة في هذا المجال، حيث تتيح التقنية للمؤسسات التواجد الدائم والتفاعلي مع جمهورها، مما يخلق انطباعات بالاهتمام والقرب. ويدعم هذا التوجه باسودان (2022) وبخش (2025) من خلال دراسات تطبيقية على المؤسسات، حيث أثبتنا أن استخدام استراتيجيات التواصل الرقمي المدعومة بالذكاء الاصطناعي يرفع من كفاءة الأداء المؤسسي وينعكس إيجاباً على الصورة الذهنية لدى الجمهور، سواء كان ذلك في القطاع الحكومي أو الخاص. فالقدرة على الرد الفوري وتخصيص المحتوى لكل مستخدم يعزز من تجربة العميل، وتجربة العميل الإيجابية هي اللبنة الأولى لسمعة قوية. إضافة إلى ذلك، يفتح الذكاء الاصطناعي آفاقاً جديدة لربط السمعة بالتنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية.

ويرى (Aleryani (2024) و (Garcia & Doorley (2025) أن الذكاء الاصطناعي يمكن المؤسسات من إدارة "السمعة الرقمية" بما يخدم أهداف التنمية المستدامة، وذلك من خلال رصد القضايا البيئية والاجتماعية التي تهم الجمهور والمشاركة فيها بفعالية. كما أن (Bhadra & Pinto (2024) و (Hassan (2023) يؤكدان أن الاستخدام الذكي لهذه التقنيات في العلاقات العامة يسمح بتنبؤ الأزمات المستقبلية المتعلقة بالسمعة ومعالجتها قبل وقوعها، مما ينقل المؤسسة من خانة الدفاع إلى خانة الريادة. وبهذا، يتحول الذكاء الاصطناعي من مجرد تقنية حاسوبية إلى مستشار استراتيجي يدير الأصول غير الملموسة للمؤسسة ويضمن لها مكانة متميزة في ذهن الجمهور.

ثانياً: الدراسات السابقة والتعقيب عليها:

ناقشت الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات السيرانية على سمعة المؤسسة وذلك في سياقات وقطاعات مختلفة، وفيما يلي أبرز الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالة مرتبة من الأحدث للأقدم مع التعليق عليها:

تناولت دراسة زيدان والداغر (2026) بعنوان "اتجاه النخبة الإعلامية نحو تأثير صحافة الذكاء الاصطناعي على الأداء المهني للصحفيين في المؤسسات الإعلامية: دراسة ميدانية" واقع توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي، حيث سعت للتعرف على تأثيراتها الإيجابية والسلبية على الأداء المهني ومستقبل الصحفيين. واعتمدت الدراسة المنهج المسحي الميداني عبر استبانة شملت (175) صحفياً من مختلف المؤسسات الصحفية. وكشفت النتائج عن تباين واضح في اتجاهات النخبة، مع رصد تأثيرات ملموسة لهذه التقنيات على طبيعة العمل الصحفي ومستقبله المهني في ظل التحولات التكنولوجية المتسارعة.

وفي سياق متصل بالأدوات التقنية، ناقشت دراسة البحيري (2025) بعنوان "تأثير أدوات الذكاء الاصطناعي على أداء المؤسسات الإعلامية ChatGPT نموذجاً" أثر تقنيات المعالجة اللغوية على جودة المحتوى الإعلامي عالمياً. واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لاستعراض الفرص والتحديات الأخلاقية، مبرزة أن نموذج ChatGPT يعزز المهارات النقدية والإنتاجية للصحفيين شريطة توفر التدريب المناسب. كما نبهت الدراسة إلى التحديات المتعلقة بدقة المحتوى والخصوصية، موصية بضرورة الموازنة الدقيقة بين التبني التقني والالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية.

ومن زاوية أمنية، تناولت دراسة الرحاحله (2025) بعنوان "دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز الامتثال لإدارة مخاطر الأمن السيبراني" قدرات الذكاء الاصطناعي في الكشف الاستباقي عن التهديدات ضمن أطر الامتثال. واستندت الدراسة إلى المنهج الوصفي لمراجعة الأدبيات، وخلصت إلى أن دمج هذه التقنيات يرفع من كفاءة ودقة إدارة المخاطر ويضمن الشفافية، مؤكدة أن الذكاء الاصطناعي يظل أداة مكملة للرقابة البشرية. وأوصت بضرورة مواكبة التطورات التنظيمية لتعزيز الاستفادة من هذه الأدوات في تعزيز الامتثال الأمني.

واستكمالاً للربط بين الأمن والإعلام، هدفت دراسة أبو صالحه (2025) بعنوان "فاعلية استخدام تقنيات الأمن السيبراني المدعومة بالذكاء الاصطناعي في حماية المنصات الإعلامية الرقمية وتحسين جودة المحتوى الصحفي" إلى قياس أثر هذه التقنيات في مواجهة الأخبار المضللة وحماية البيانات. وطبقت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي على عينة من (116) خبيراً وصحفياً، مظهرة علاقة إيجابية دالة إحصائياً بين استخدام الذكاء الاصطناعي وتعزيز الأمن السيبراني، مما ينعكس بدوره على موثوقية وجودة المنتج الصحفي، موصية برفع الوعي التقني لدى الصحفيين.

وبحث القماطي (2025) في دراسته بعنوان "اتجاهات النخبة الإعلامية في مدينة مصراته نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العملية الإعلامية" مدى قبول الإعلاميين لهذه التقنيات. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باستبانة وُزعت على (60) إعلامياً، وبينت النتائج أن الغالبية العظمى (76%) يمتلكون اتجاهات إيجابية ويرون في الذكاء الاصطناعي وسيلة لتطوير العمل وتوفير الوقت، رغم وجود مخاوف مشروعة من الأتمتة. وخرجت الدراسة بتوصيات تركز على أهمية التأهيل المستمر وتحديث البنية التحتية.

وفي الإطار الجغرافي ذاته، حللت دراسة خبريش (2025) بعنوان "تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الليبي" تصورات العاملين تجاه التقنية كأداة تمكين أم تهديد. واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي مع عينة من (609) عاملاً، لتتوصل إلى أن الشعور بالتهديد الوظيفي نابع من إدراك التقنية لا من التقنية ذاتها، وأن "الفائدة المدركة" هي المحرك الأساسي للقبول. وأظهرت وجود علاقة عكسية بين التأقلم التكنولوجي والصراع الوظيفي، موصية ببرامج تدريبية شاملة وتشريعات تنظيمية واضحة.

واستعرضت دراسة Karovic (2025) بعنوان "دور الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات والأمن السيبراني: التحديات والفرص والمعضلات الأخلاقية" كيفية توظيف الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بالأزمات والتعافي منها. واعتمدت الدراسة منهج تحليل الوثائق والأدبيات، مبرزة قدرة هذه التقنيات على تعزيز المرونة التنظيمية، مع التحذير من المخاطر الأخلاقية المتعلقة بالشفافية والمساءلة. وشددت الدراسة في توصياتها على ضرورة وضع أطر أخلاقية صارمة لضبط التنفيذ التقني وضمان استخدامه الآمن.

وفيما يخص الاتصال وقت الأزمات، ناقش Ray وآخرون (2025) في دراستهم بعنوان "توليد المصدقية في الأزمات: هل سيتم قبول الرد المكتوب بواسطة الذكاء الاصطناعي؟" تأثير الإفصاح عن استخدام الذكاء الاصطناعي في ردود الأزمات على سمعة المنظمة. واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي على (238) مشاركاً، وكشفت النتائج أن الإفصاح لم يؤثر مباشرة على المصدقية، إلا أن قبول الرسالة كان وسيطاً مؤثراً على السمعة. وأوصت الممارسين بضرورة مراعاة الأبعاد الأخلاقية وتأثيراتها عند استخدام الذكاء الاصطناعي في اتصالات الأزمات.

وبالانتقال إلى محور السمعة، ركزت دراسة الخشان (2024) بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة السمعة لدى المؤسسات الحكومية" على وزارة الصحة السعودية كنموذج. واعتمدت المنهج الوصفي واستبانة شملت (300) فرد من الجمهور، لتخلص إلى أن منصتي "تويتر" و"سناب شات" هما الأبرز في أنشطة الوزارة، وأن الوزارة تتمتع بسمعة قوية بفضل التحديث المستمر للمحتوى وتلبية حاجات الجمهور المعلوماتية، مما يعكس فاعلية هذه المنصات في بناء السمعة الحكومية.

وفي قطاع الاتصالات، سلطت دراسة بوخاري (2024) بعنوان "أثر الشبكات الاجتماعية على إدارة سمعة المؤسسة" الضوء على حالة مؤسسة "موبيليس". واستخدمت منهج دراسة الحالة وتحليل المحتوى

والمقابلة، مبينة التأثير الإيجابي للشبكات الاجتماعية على تحسين السمعة ومؤشرات الأداء المالي والتسويقي. إلا أن الدراسة أشارت إلى قصور في الاعتماد على الأدوات المجانية وضعف التواصل التفاعلي، موصية بضرورة الاستثمار في أدوات إدارة السمعة المتخصصة لضمان تغطية كافة أبعادها.

وربطاً بالتعليم والأمن، تقصت دراسة حشيش وخيري (2024) بعنوان "تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي وتأثيرها على آراء الطلاب نحو قضايا الأمن السيبراني داخل الحرم الجامعي" دور الإعلام الذي في تشكيل الوعي الأمني. واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي مع عينة من (30) طالباً، لتتوصل إلى وجود تأثير واضح للإعلام الرقمي المدعوم بالذكاء الاصطناعي في توجيه آراء الطلاب نحو قضايا الأمن السيبراني، مما يؤكد أهمية هذه التقنيات في التوعية وتشكيل الرأي العام داخل البيئة الجامعية.

وناقش إبراهيم (2024) في دراسته بعنوان "اتجاهات القائمين على صناعة الإعلام في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي" بتحديد المستويات المعرفية والسلوكية للإعلاميين. واعتمد المنهج الوصفي المسحي على عينة من (384) فرداً، وأظهرت النتائج أن اتجاهات الإعلاميين جاءت بدرجة متوسطة. وبناءً عليه، أوصت الدراسة بتكثيف الدورات التدريبية، ووضع موثيق أخلاقية للاستخدام، والاستفادة من تجارب المؤسسات الدولية الرائدة في هذا المجال.

وبحثت دراسة Camacho (2024) بعنوان "دور الذكاء الاصطناعي في الأمن السيبراني: معالجة التهديدات في العصر الرقمي" الدور المتعدد للذكاء الاصطناعي في تعزيز الدفاعات. واستندت إلى المنهج التحليلي للأدبيات، مبينة قدرة خوارزميات التعلم الآلي على تحليل البيانات الضخمة وتحديد الأنماط الشاذة بفاعلية. وأشارت الدراسة إلى التحديات الأخلاقية المصاحبة، مؤكدة على ضرورة دمج الذكاء الاصطناعي في استراتيجيات الأمن السيبراني بأسلوب متوازن يراعي الخصوصية.

وهدفت دراسة الغباري وعثمان (2023) بعنوان "دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي: رؤية مستقبلية" إلى وضع سيناريوهات لعمل الإعلام الرقمي. واستخدمت المنهج الوصفي، لتشير النتائج إلى أن المستقبل سيكون لصالح المؤسسات التي تتبنى الروبوتات والبرامج الذكية، متوقعة تزايد أتمتة غرف الأخبار. وأوصت الدراسة بضرورة المسارعة في تأهيل البنية التحتية والكوادر البشرية للتعامل مع حلول التحليل الرقمي المبتكرة لضمان البقاء والمنافسة.

واستكشف ديابي وآخرون (2022) في دراستهم بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة السمعة الرقمية للمؤسسة: دراسة ميدانية لمتابعي صفحتي مؤسسة كوندور على الانستغرام" تأثير الصورة المرئية. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي واستبياناً لـ (73) متابعاً، وأسفرت النتائج عن سعي المؤسسة لتعزيز تواجدها الرقمي عبر التركيز على الجوانب الوظيفية والمرئية لمنتجاتها لكسب ثقة الزبائن، مما يبرز دور "انستغرام" كأداة فاعلة في إدارة السمعة الرقمية.

كما سعت دراسة الزهراني (2022) بعنوان "تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية" إلى رصد مدى انتشار هذه التقنيات والمعوقات التي تواجهها. واعتمدت منهج المسح الوصفي، لتظهر النتائج أن الخبرة العملية موجودة غالباً عبر تطبيقات الهواتف الذكية، وأن نسبة محدودة فقط (24.6%) تمتلك معرفة دقيقة بمفهوم الذكاء الاصطناعي، بينما يمتلك البقية تصورات أوسع. وأكدت الدراسة أن الذكاء الاصطناعي بات جزءاً من الروتين اليومي للصحفيين رغم التباين في الفهم. ورصدت دراسة الشرقاوي (2022) بعنوان "توظيف المؤسسات الصحفية لتقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي في أوقات الأزمات" واقع استخدام هذه الأدوات أثناء جائحة كورونا في مصر. واستخدمت المنهج المسحي، لتتوصل إلى أن الاستفادة كانت محدودة وبمبادرات فردية، وأن العوائق كانت إدارية واقتصادية بالأساس. كما كشفت عن وجود خلط مفاهيمي لدى الصحفيين بين الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي، مع سيطرة نظرة متشائمة حول مستقبل تبني هذه التقنيات في المؤسسات الصحفية.

تعقيب عام على الدراسات السابقة

تنوعت أهداف الدراسات السابقة لتغطي ثلاثة محاور رئيسية، حيث ركزت المجموعة الأولى على الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي، مثل دراسات زيدان والداغر (2026)، والبحيري (2025)، وخبريش (2025)، والقماطي (2025)، والزهراني (2022)، وإبراهيم (2024)، والغباري وعثمان (2023)، والشرقاوي (2022)، مستهدفة رصد واقع الاستخدام وتأثيره على جودة المحتوى. بينما اهتم المحور الثاني بالأمن السيبراني وإدارة الأزمات، كما في دراسات الرحاحله (2025)، و Karovic (2025)، و Camacho (2024)، وحشيش وخيري (2024)، وأبوصالحة (2025)، لبيان دور الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بالتهديدات. في حين تناول المحور الثالث إدارة السمعة المؤسسية، مثل دراسات Ray وآخرون (2025)، والخشان (2024)، وبوخاري (2024)، وديابي وآخرون (2022). وتتفق هذه الدراسات مع الدراسة الحالية في تناول متغيراتها منفردة أو ثنائية، إلا أن الدراسة الحالية تتميز بدمج المتغيرات الثلاثة (الذكاء الاصطناعي، الأزمات السيبرانية، السمعة) في نموذج واحد يركز على أثر الاعتماد التقني في إدارة الأزمات على سمعة المؤسسة من منظور المتخصصين.

أما من الناحية المنهجية، فقد هيمن المنهج الوصفي على أغلب الدراسات، مثل زيدان والداغر (2026)، وخبريش (2025)، والقماطي (2025)، وإبراهيم (2024)، وأبوصالحة (2025)، والزهراني (2022)، والشرقاوي (2022)، والخشان (2024)، وديابي (2022)، معتمدة الاستبانة كأداة رئيسية. ولجأ البعض لمزيج من الأدوات كتحليل المحتوى والمقابلة مثل بوخاري (2024) وحشيش وخيري (2024)، بينما اعتمدت دراسات Karovic (2025) و Camacho (2024) والرحاحله (2025) المنهج التحليلي النظري، واستخدمت دراسة Ray وآخرون (2025) المنهج التجريبي. وتتسق الدراسة الحالية مع الغالبية في المنهج الوصفي والاستبانة، لكنها تختلف في عينتها النوعية المتمثلة في "مسؤولي الاتصال المؤسسي بالقطاع

الخاص في الرياض"، بخلاف الدراسات السابقة التي ركزت غالباً على الصحفيين أو الجمهور. ومع ذلك، وفي حدود علم الباحث، لا توجد دراسات سابقة تناولت الربط التكاملي بين الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات السيبرانية وأثره على "سمعة المؤسسة" في نموذج واحد، وتحديدًا في سياق بيئة الأعمال بالمملكة العربية السعودية. ومن هنا، تسعى هذه الدراسة لمعالجة هذه الفجوة البحثية الواضحة من خلال تقديم رؤية استراتيجية من وجهة نظر المتخصصين في الاتصال المؤسسي، مما يضيف عليها قيمة علمية وتطبيقية مضافة للمكتبة العربية والقطاع الخاص السعودي. استفادت الدراسة الحالية من التراث البحثي السابق في بناء إطارها النظري وتأسيس مفاهيم الدراسة، إضافة إلى الاسترشاد بالمنهجيات والأدوات البحثية المناسبة، والاستفادة من المقاييس السابقة في تطوير وبناء أداة الدراسة الحالية وصياغة فقراتها بما يتلاءم مع أهداف البحث.

منهجية الدراسة وإجراءاتها

منهج الدراسة:

في هذه الدراسة، تم استخدام المنهج الوصفي المسحي. يهدف هذا المنهج إلى وصف الظواهر أو المتغيرات محل الدراسة كما هي في الواقع. اعتمدت الدراسة على أداة الاستبانة، كأحد أدوات المنهج الوصفي، من أجل معرفة أثر الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات السيبرانية على سمعة المؤسسة من وجهة نظر مسؤولي الاتصال المؤسسي وكذلك درجة الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات السيبرانية والمعوقات التي تحول دون فاعليتها في ذلك.

مجتمع وعينة الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من مسؤولي الإدارة الاتصال المؤسسي بشركات القطاع الخاص بمدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية. تكونت عينة الدراسة من عينة ملائمة من مجتمع الدراسة Convenience Sample، حيث شارك (80) فرد في الرد على الاستبانة المخصصة لهذه الدراسة.

أداة الدراسة وإجراءاتها:

استخدم الباحث أداة الاستبانة للكشف عن أثر الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات السيبرانية على سمعة المؤسسة من وجهة نظر مسؤولي الاتصال المؤسسي.

بعد إطلاع الباحث على كثير من المصادر ذات الصلة بموضوع الدراسة، بالإضافة إلى الدراسات السابقة وآراء المحكمين، تم إعداد استبانة الدراسة كأداة رئيسية لجمع البيانات والتي تتكون من التالي: الجزء الأول، وهي متعلق بالبيانات الديموغرافية والوظيفية لعينة الدراسة، ويضم ثلاث متغيرات هي (المؤهل العلمي – عدد سنوات الخبرة - القطاع).

الجزء الثاني، وهو متعلق بأثر الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات السيبرانية على سمعة المؤسسة، ويتكون من ثلاثة محاور رئيسية على النحو التالي:

1. **المحور (1):** ويتعلق بدرجة الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات السيبرانية، ويتكون من (10) فقرات.

2. **المحور (2):** ويتعلق بأثر تقنيات الذكاء الاصطناعي على سمعة المؤسسة، ويتكون من (10) فقرات.

3. **لمحور (3):** ويتعلق بالتحديات التي تواجه استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات السيبرانية، ويتكون من (10) فقرات.

تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي للاستجابة على أسئلة الاستبانة والمكون من خمس تقديرات للإجابة على فقرات الاستبانة. ويبين الجدول رقم (1-3) فئات الموافقة على المقياس:

جدول رقم (1-3). فئات الموافقة على مقياس ليكرت الخماسي

منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	عالية	عالية جداً
1.80 – 1	2.60 – 1.81	3.40 – 2.61	4.20 – 3.41	5.0 – 4.21

صدق الاستبانة:

قام الباحث بالتأكد من صدق الاستبانة عن طريق صدق المحكمين، حيث عرض الباحث الاستبانة على مجموعة من المحكمين، وقد استجاب الباحث لآراء المحكمين وقامت بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية. كما تحقق الباحث من صدق الاستبانة عن طريق استخدام معامل ارتباط بيرسون، وكانت النتيجة كالتالي.

الجدول رقم (2-3). معامل ارتباط بيرسون بين فقرات الاستبانة ومحاورها

م	درجة الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات السيبرانية	أثر توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي أثناء الأزمات السيبرانية على سمعة المؤسسة	التحديات التي تواجه استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات السيبرانية
1	*0.854	*0.898	*0.794
2	*0.823	*0.870	*0.820
3	*0.824	*0.865	*0.913
4	*0.837	*0.899	*0.892
5	*0.841	*0.921	*0.878
6	*0.786	*0.826	*0.922
7	*0.865	*0.766	*0.939
8	*0.897	*0.851	*0.956
9	*0.880	*0.892	*0.902
10	*0.869	*0.872	*0.940

* قيمة (r) معنوية عند مستوى 0.05 = 0.254

يشير الجدول السابقة إلى أن جميع معاملات ارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات الاستبانة والمحور الذي تنتمي إليه هي معاملات مرتفعة وإيجابية ودالة إحصائياً (تتراوح معاملات الارتباط في الجدول بين 0.766 و0.956). وهذا يدل على الاتساق الداخلي العالي لكل محور من محاور الاستبانة، مما يؤكد على صلاحية أداة الدراسة (الاستبانة) لأغراض القياس.

ثبات الاستبانة:

استخدم الباحث طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة، وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول (3-3).

الجدول رقم (3-3). معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

م	المحور	معامل ألفا كرونباخ	عدد فقرات المحور
1	درجة الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات السيبرانية	0.885	10
2	أثر توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي أثناء الأزمات السيبرانية على سمعة المؤسسة	0.934	10
3	التحديات التي تواجه استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات السيبرانية	0.912	10

يتضح من الجدول رقم (3-3) أن قيم معامل الثبات لفقرات محاور الاستبانة تراوحت ما بين (0.885) و (0.962)، وهي قيم ثبات مرتفعة.

خطوات تطبيق الدراسة

تم تطبيق الدراسة وفق الخطوات التالية:

- تم جمع المعلومات النظرية الخاصة بالدراسة والدراسات السابقة ذات الصلة والاستفادة منها في بناء مقدمة الدراسة وتساؤلاتها وأهدافها والإطار النظري لها.
- تم إعداد استبانة بناء على الدراسات السابقة. قام الباحث بإجراء التعديلات التي تم إبدائها على أداة الدراسة سواء كانت حذفاً أو إضافة، أو تعديل صياغة بعد تحديد مواضع الضعف والالتباس .
- قام الباحث بإخراج الاستبانة بصورها النهائية.
- تم الانتهاء من تحكيم الأدوات وإجراء التعديلات وإخراج الاستبانة في صورتها النهائية.
- بعد التأكد من صدق الاستبانة ومعامل ثبات أداة الدراسة، قام الباحث بتطبيقها ميدانياً.
- تم تطبيق أداة الدراسة على عينة الدراسة من خلال إرسال الرابط الإلكتروني للاستبانة التي تم تصميمها من خلال الباحث. تم إرسال رسائل لعينة البحث المستهدفة عبر تطبيق الواتس أب وعبر الإيميل الإلكتروني ودعوتهم للمشاركة في ملية الاستبانة .
- استرد الباحث الردود من المشاركين في الإجابة على الاستبانة إلكترونياً، وكانت جميع الإجابات صالحة للتحليل .
- قام الباحث بإدخال البيانات الخاصة بأدوات الدراسة التي تمت استعادتها في الحاسب الآلي لتحليل

البيانات .

- تم استخراج النتائج حسب الأسئلة للتحقق من صحتها.
- تم تفسير النتائج في ضوء ما أسفرت عنه الدراسات السابقة من اتفاق واختلاف.
- قدم الباحث مجموعة من التوصيات والمقترحات في ضوء ما أسفرت عنه نتائج الدراسة الحالية.

أساليب المعالجات الإحصائية

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها، تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية في العلوم الاجتماعية (SPSS) Statistical Package for Social Sciences في تحليل المعلومات. تم استخدام التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لحساب متوسط درجة استجابة عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الاستبانة ودرجة تشتتها عن متوسط الاستجابات.

نتائج الدراسة ومناقشتها

يعرض هذا الجزء نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها من خلال عرض إجابات أفراد عينة الدراسة عن أسئلة الدراسة، من خلال العرض لاستجاباتهم على محاور الاستبانة، ثم عرض الاستجابات على أعلى عبارات وأقل عبارات من ناحية المتوسط الحسابي بكل محور تفصيلاً. كما يقوم الباحث بمناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة وأدبيات البحث ذات الصلة.

خصائص عينة الدراسة

فيما يلي نتائج البيانات العامة لعينة الدراسة والتي تشمل البيانات الديموغرافية والوظيفية، وذلك على النحو التالي:

أ- المؤهل العلمي:

فيما يلي بيانات عينة الدراسة فيما يتعلق بمتغير المؤهل العلمي:

جدول (1-4) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي

النسبة المئوية	التكرار	المؤهل العلمي
83.8%	67	بكالوريوس
16.2%	13	دراسات عليا
100%	80	المجموع

يوضح الجدول رقم (2-4) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي، حيث تشير النتائج الإحصائية إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين هم من حملة درجة البكالوريوس، إذ بلغ تكرارهم (67) فرداً، وهو ما يمثل النسبة الأكبر من إجمالي العينة بواقع (83.8%). في المقابل، جاءت فئة الحاصلين على دراسات عليا في المرتبة الثانية، حيث بلغ عددهم (13) فرداً، ونسبة مئوية قدرها (16.2%).

ب- عدد سنوات الخبرة:

فيما يلي بيانات عينة الدراسة فيما يتعلق بمتغير عدد سنوات الخبرة:

جدول (2-4) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير عدد سنوات الخبرة

النسبة المئوية	التكرار	عدد سنوات الخبرة
%31.3	25	أقل من (5) سنوات
%22.5	18	من (5) سنوات إلى أقل من (10) سنوات
%26.3	21	من (10) سنوات إلى أقل من (15) سنة
%20	16	أكثر من (15) سنة
%100	80	المجموع

يبين الجدول رقم (3-4) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير عدد سنوات الخبرة، حيث يتضح من النتائج أن فئة ذوي الخبرة (أقل من 5 سنوات) جاءت في المرتبة الأولى، حيث بلغ تكرارهم (25) فرداً وبنسبة مئوية قدرها (%31.3). تلتها في المرتبة الثانية فئة الخبرة (من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة) بتكرار (21) وبنسبة (%26.3). بينما جاءت فئة (من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات) في المرتبة الثالثة بتكرار (18) وبنسبة (%22.5)، وأخيراً حلت فئة (أكثر من 15 سنة) في المرتبة الأخيرة بتكرار (16) وبنسبة (%20).

ج- القطاع:

فيما يلي بيانات عينة الدراسة فيما يتعلق بمتغير القطاع:

جدول (3-4) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير القطاع

النسبة المئوية	التكرار	القطاع
%13.75	11	القطاع المالي والمصرفي
%37.5	30	قطاع التجزئة والخدمات
%15	12	قطاع الرعاية الصحية
%25	20	قطاع الاتصالات والتقنية
%8.75	7	قطاع الصناعة والطاقة
%100	80	المجموع

يوضح الجدول رقم (3-4) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير القطاع، حيث تُظهر النتائج أن قطاع التجزئة والخدمات جاء في المرتبة الأولى من حيث العدد، إذ بلغ تكرار الأفراد العاملين فيه (30) فرداً، وهو ما يشكل نسبة (%37.5) من إجمالي العينة. يليه في المرتبة الثانية قطاع الاتصالات والتقنية بتكرار (20) فرداً وبنسبة مئوية قدرها (%25)، ثم جاء قطاع الرعاية الصحية في المرتبة الثالثة بتكرار (12) فرداً وبنسبة (%15). وحل القطاع المالي والمصرفي في المرتبة الرابعة بتكرار (11) فرداً وبنسبة (%13.75)، في حين جاء قطاع الصناعة والطاقة في المرتبة الأخيرة بأقل نسبة مشاركة بلغت (%8.75) وتكرار قدره (7) أفراد فقط.

النتائج الخاصة بتساؤلات الدراسة

فيما يلي النتائج الخاصة بمحاور الاستبانة، حيث يرتبط كل محور من محاور الاستبانة بتساؤل من تساؤلات الدراسة. تم استخدام الإحصاءات الوصفية من حيث تم استخدام التكرارات والنسب المئوية، وكذلك استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتحليل فقرات المحاور.

النتائج الخاصة بالسؤال الأول:

فيما يلي نتائج السؤال الأول من الدراسة والذي يمثله فقرات المحور الأول من الاستبانة التي تم توزيعها على عينة الدراسة. يتعلق السؤال الأول بمستوى الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مراحل إدارة الأزمات السيبرانية من وجهة نظر مسؤولي الاتصال المؤسسي. وفيما يلي النتائج الخاصة بكل فقرة من فقرات المحور من حيث عدد التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة على الفقرة:

جدول (4-4) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات عينة الدراسة على مستوى الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مراحل إدارة الأزمات السيبرانية من وجهة نظر مسؤولي الاتصال المؤسسي

م	الفقرات	التكرار					الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة
		بدرجة كبيرة جداً	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة ضعيفة	بدرجة ضعيفة جداً			
1	تعتمد المؤسسة على خوارزميات الذكاء الاصطناعي للتنبؤ بالهجمات السيبرانية قبل وقوعها.	45	18	17	0	0	4.35	0.81	مرتفعة جداً
2	تستخدم أنظمة الرصد الذي لاكتشاف الثغرات الأمنية في الشبكة بشكل فوري ومستمر.	45	19	15	1	0	4.35	0.83	مرتفعة جداً
3	توظف المؤسسة أدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الضخمة أثناء وقوع الهجوم السيبراني لتحديد مصدره.	48	17	13	1	1	4.38	0.89	مرتفعة جداً
4	يتم استخدام روبوتات الدردشة (Chatbots) للرد الآلي على استفسارات العملاء أثناء الأزمات التقنية.	43	21	15	1	0	4.33	0.81	مرتفعة جداً
5	تعتمد المؤسسة على أدوات تحليل المشاعر لقياس رد فعل الجمهور عبر منصات التواصل أثناء الأزمة.	38	24	17	1	0	4.24	0.83	مرتفعة جداً
6	تساهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في صياغة رسائل استجابة فورية وموجهة للفئات المتضررة.	43	16	17	4	0	4.23	0.93	مرتفعة جداً
7	تمتلك المؤسسة أنظمة أتمتة قادرة على عزل الأنظمة المتضررة تلقائياً دون تدخل بشري لتقليل الخسائر.	46	18	15	1	0	4.36	0.8	مرتفعة جداً
8	يتم تخصيص ميزانية مستقلة لتطوير أدوات الذكاء الاصطناعي الخاصة بإدارة الأزمات والمخاطر.	44	17	18	1	0	4.30	0.82	مرتفعة جداً
9	تستخدم المؤسسة الذكاء الاصطناعي في مرحلة ما بعد الأزمة لتحليل الدروس المستفادة وتحديث خطط الطوارئ.	44	18	16	2	0	4.30	0.85	مرتفعة جداً
10	يتم دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي مع أنظمة الاتصال المؤسسي لضمان سرعة تدفق المعلومات لوسائل الإعلام.	34	19	20	4	3	3.96	1.11	مرتفعة
المتوسط الحسابي الكلي للمحور							4.28		

يُظهر الجدول رقم (4-4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول محور مستوى الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مراحل إدارة الأزمات السيبرانية، حيث تشير النتائج العامة إلى مستوى مرتفع جداً من الاعتماد على هذه التقنيات، إذ بلغ المتوسط الحسابي العام للمحور (4.28)، وهو معدل يقع ضمن فئة الموافقة بدرجة كبيرة جداً، وتعكس هذه النتيجة وعياً استراتيجياً عميقاً لدى مسؤولي الاتصال المؤسسي بأن الذكاء الاصطناعي لم يعد خياراً ترفيهياً بل ضرورة حتمية لإدارة المخاطر الرقمية، وهو ما يتفق مع ما توصل إليه Hossain وآخرون (2025) من أن الذكاء الاصطناعي يوفر منظوراً متطوراً لتنظيم المعلومات الإدارية في التواصل أثناء الأزمات، وكذلك دراسة الرحاله (2025) التي أكدت دور هذه التقنيات في تعزيز الامتثال لإدارة مخاطر الأمن السيبراني.

وبالنظر إلى تفاصيل النتائج وترتيب الفقرات، نجد أن الفقرة التي تنص على توظيف المؤسسة لأدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الضخمة أثناء وقوع الهجومات السيبراني لتحديد مصدره قد احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.38)، وتُبرز هذه النتيجة أن الأولوية القصوى للمؤسسات هي الفهم الدقيق لطبيعة الهجومات من خلال قدرات الذكاء الاصطناعي الفائقة في معالجة البيانات، وهو ما ينسجم مع طرح Camacho (2024) الذي أشار إلى أن الدور الجوهرى للذكاء الاصطناعي يكمن في معالجة التهديدات في العصر الرقمي عبر التحليل العميق، تلتها مباشرة في المرتبة الثانية الفقرة المتعلقة بامتلاك أنظمة أتمتة قادرة على عزل الأنظمة المتضررة تلقائياً بمتوسط (4.36)، مما يشير إلى اعتماد المؤسسات على الاستجابة الذاتية لتقليل الخسائر، وهو ما يتوافق مع نتائج المصري (2024) التي بينت دور الذكاء الاصطناعي في تحسين الأمن السيبراني من خلال الإجراءات الوقائية والعلاجية الفورية.

كما جاءت الفقرات المتعلقة بالتنبؤ بالهجمات والرصد الذكي للثغرات في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (4.35) لكل منهما، وهو ما يعكس تحولاً جذرياً في استراتيجية إدارة الأزمات من منهجية رد الفعل إلى الاستباقية، حيث تعتمد المؤسسات على الخوارزميات لكشف المخاطر قبل تفاقمها، وتدعم هذه النتيجة دراسة Karovic (2025) التي ناقشت الفرص التي يتيحها الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات، ودراسة السقاط والسقاف (2025) التي أوضحت تأثير هذه التقنيات في إدارة المخاطر في القطاعات الحساسة كالبنوك، أما فيما يتعلق بجانب التواصل وإدارة السمعة، فقد حصلت الفقرات الخاصة باستخدام روبوتات الدردشة وتحليل المشاعر على متوسطات مرتفعة جداً، مما يدل على الاعتماد عليها لامتصاص غضب الجمهور وتوفير استجابة فورية، وهو ما يتفق مع دراسة Bhadra & Pinto (2024) التي أكدت أن العلاقات العامة الأذكي تعتمد على التكنولوجيا لاستراتيجيات اتصال فعالة، وكذلك دراسة Djenih (2024) حول دور الذكاء الاصطناعي في التحكم في أضرار السمعة الإلكترونية.

وفي المرتبة الأخيرة، جاءت الفقرة الخاصة بدمج تقنيات الذكاء الاصطناعي مع أنظمة الاتصال المؤسسي لضمان سرعة تدفق المعلومات لوسائل الإعلام بمتوسط حسابي (39.6) وهو مستوى مرتفع رغم تأخره النسبي، وقد يُعزى هذا الترتيب إلى وجود تحديات في المواءمة بين التقنية والعمل الإعلامي البشري، أو

الحذر في أتمتة التواصل الإعلامي الرسمي بشكل كامل خوفاً من الأخطاء، وهي إشكالية ناقشها Ray et al (2025) حول مدى تقبل الجمهور للاستجابات المكتوبة بواسطة الذكاء الاصطناعي في الأزمات، وكذلك دراسة زيدان والداغر (2026) التي بحثت تأثير صحافة الذكاء الاصطناعي على الأداء المهني، لتؤكد النتائج إجمالاً أن شركات القطاع الخاص تعتمد مقارنة شاملة توظف الذكاء الاصطناعي في كافة مراحل الأزمة مع تركيز أكبر على الجوانب التقنية لحماية الأصول، تليها جوانب التواصل لحماية السمعة، وهذا التكامل يعزز من المرونة التنظيمية التي أشار إليها Lee & Trim (2022).

النتائج الخاصة بالسؤال الثاني:

فيما يلي نتائج السؤال الثاني من الدراسة والذي يمثله فقرات المحور الثاني من الاستبانة التي تم توزيعها على عينة الدراسة. يتعلق السؤال الثاني بأثر توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي أثناء الأزمات السيبرانية على تعزيز أبعاد سمعة المؤسسة من وجهة نظر مسؤولي الاتصال المؤسسي. وفيما يلي النتائج الخاصة بكل فقرة من فقرات المحور من حيث عدد التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة على الفقرة:

جدول (4-5) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات عينة الدراسة على أثر توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي أثناء الأزمات السيبرانية على تعزيز أبعاد سمعة المؤسسة من وجهة نظر مسؤولي الاتصال المؤسسي

م	الفقرات	التكرار					الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة
		بدرجة كبيرة جداً	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة ضعيفة	بدرجة ضعيفة جداً			
1	يساهم استخدام الذكاء الاصطناعي في زيادة ثقة العملاء بقدرة المؤسسة على حماية بياناتهم.	46	18	16	0	0	4.38	0.8	مرتفعة جداً
2	تؤدي سرعة الاستجابة المعتمدة على الذكاء الاصطناعي إلى الحد من انتشار الشائعات التي تضر بالسمعة.	41	21	16	2	0	4.26	0.84	مرتفعة جداً
3	يعزز تبني التقنيات الذكية من الصورة الذهنية للمؤسسة ككيان متطور وموأكب للمستقبل.	38	21	20	1	0	4.20	0.83	مرتفعة
4	تساعد دقة البيانات المستخرجة بواسطة الذكاء الاصطناعي في تعزيز مصداقية التصريحات الإعلامية للمؤسسة.	35	22	19	4	0	4.10	0.9	مرتفعة
5	يقلل التدخل الآلي السريع من حجم التغطية الإعلامية السلبية الناتجة عن توقف الخدمات.	37	24	17	1	1	4.19	0.88	مرتفعة
6	يساهم التخصيص في الرسائل الاتصالية (عبر الذكاء الاصطناعي) في الحفاظ على ولاء العملاء أثناء الأزمة.	38	20	18	4	0	4.15	0.9	مرتفعة
7	يعطي استخدام الذكاء الاصطناعي انطباعاً للمستثمرين وأصحاب المصلحة بوجود حوكمة قوية للمخاطر.	43	17	16	4	0	4.24	0.91	مرتفعة جداً
8	يساعد التحليل التنبؤي لاتجاهات الرأي العام في تجنب الأخطاء الاتصالية التي قد تدمر السمعة.	42	17	18	2	1	4.21	0.91	مرتفعة جداً
9	تساهم الشفافية المدعومة بالبيانات الفورية في تقليل حدة الهجوم الجماهيري على منصات التواصل الاجتماعي.	43	18	18	1	0	4.29	0.83	مرتفعة جداً
10	بشكل عام، يؤدي الاعتماد على الذكاء الاصطناعي إلى تعزيز المكانة التنافسية للمؤسسة من حيث السمعة الرقمية.	43	20	17	0	0	4.33	0.81	مرتفعة جداً
		المتوسط الحسابي الكلي للمحور					4.23		

يُظهر الجدول رقم (4-5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول محور أثر توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي أثناء الأزمات السيبرانية على تعزيز أبعاد سمعة المؤسسة، حيث تشير النتائج العامة إلى وجود اتفاق قوي بين مسؤولي الاتصال المؤسسي على أن لهذه التقنيات دوراً جوهرياً وإيجابياً في حماية السمعة وتعزيزها، إذ بلغ المتوسط الحسابي العام للمحور (4.23)، وهو معدل يقع ضمن فئة الموافقة بدرجة كبيرة جداً، وتعكس هذه النتيجة إدراكاً متنامياً بأن إدارة السمعة في العصر الرقمي لم تعد تعتمد فقط على البيانات الصحفية التقليدية، بل على القدرة التقنية في حماية الأصول الرقمية، وهو ما يتوافق مع طرح Aleryani (2024) الذي أكد أن الاستفادة من الذكاء الاصطناعي تعزز السمعة الرقمية للمنظمات وتدعم التنمية المستدامة، وكذلك دراسة Kafi & Indrawan (2026) التي ربطت بين الاستجابة التنظيمية الاستراتيجية في الأزمات الرقمية وبين الحفاظ على الصورة الذهنية.

وبتحليل تفاصيل النتائج، نجد أن الفقرة التي تنص على أن استخدام الذكاء الاصطناعي يساهم في زيادة ثقة العملاء بقدرة المؤسسة على حماية بياناتهم قد تصدرت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي مرتفع جداً بلغ (4.38)، وهذه النتيجة تحمل دلالة عميقة مفادها أن "الثقة" هي الركيزة الأساسية للسمعة، وأن هذه الثقة باتت مرهونة بالأمن الرقمي، فاستخدام الذكاء الاصطناعي لا يُنظر إليه كأداة تقنية فحسب، بل كرسالة طمأنة للعملاء، وهو ما يدعمه Garcia & Doorley (2025) الذين اعتبروا أن إدارة السمعة الناجحة تعتمد على الأفعال الملموسة في حماية المصالح، كما جاءت الفقرة الخاصة بتعزيز المكانة التنافسية للمؤسسة في المرتبة الثانية بمتوسط (4.33)، تلتها الفقرة المتعلقة بالشفافية المدعومة بالبيانات الفورية في تقليل حدة الهجوم الجماهيري بمتوسط (4.29)، مما يؤكد ما ذهب إليه Djenih (2024) من أن الذكاء الاصطناعي يلعب دوراً حاسماً في التحكم في الأضرار عبر المنصات الرقمية من خلال توفير حقائق فورية تدحض الشائعات.

وفي سياق إدارة المعلومات ومواجهة الشائعات، حصلت الفقرة التي تشير إلى أن سرعة الاستجابة المعتمدة على الذكاء الاصطناعي تؤدي إلى الحد من انتشار الشائعات على متوسط حسابي (4.26)، مما يبرز أهمية عامل "الوقت" في إدارة أزمات السمعة، حيث تتيح التقنية وأدوات الرصد الذكي التدخل قبل أن تتحول الشائعة إلى حقيقة راسخة في ذهن الجمهور، وهذا يتفق تماماً مع Ehlers (2021) الذي ناقش تأثير الذكاء الاصطناعي على استراتيجيات إعادة بناء السمعة والاتصال وقت الأزمة، كما أظهرت النتائج أن استخدام هذه التقنيات يعطي انطباعاً إيجابياً للمستثمرين بوجود حوكمة قوية للمخاطر بمتوسط (4.24)، مما يعني أن الذكاء الاصطناعي يرفع من قيمة العلامة التجارية في أسواق المال ويعزز ثقة أصحاب المصلحة، وهو ما ينسجم مع رؤية Hirsch (2018) حول العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وإدارة مخاطر السمعة المؤسسية.

أما الفقرات التي حصلت على أدنى المتوسطات في هذا المحور -رغم بقائها في مستوى التقدير المرتفع- فقد كانت تتعلق بدقة البيانات لتعزيز مصداقية التصريحات بمتوسط (4.10) والتخصيص في الرسائل

الاتصالية بمتوسط (4.15)، وقد يُعزى هذا الترتيب المتأخر نسبياً مقارنة بفقرات "الحماية والثقة" إلى أن مسؤولي الاتصال يرون أن الأولوية القصوى في الأزمات السيبرانية هي للأمن والحماية أولاً، ثم تأتي جودة الرسالة الاتصالية وشخصيتها في مرحلة لاحقة، كما قد يعكس ذلك تحوفاً طفيفاً من دقة المحتوى المولد آلياً وتأثيره على المصدقية إذا لم يراجع بشرياً، وهي نقطة ناقشها Ray وآخرون (2025) في دراستهم حول مدى قبول الجمهور للاستجابات المكتوبة بواسطة الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على المصدقية، إلا أن الإجمال العام للنتائج يؤكد أن الذكاء الاصطناعي يُعد أصلاً استراتيجياً لا غنى عنه لتعزيز أبعاد سمعة المؤسسة المتمثلة في الثقة، والمصدقية، والصورة الذهنية الحديثة.

النتائج الخاصة بالسؤال الثالث:

فيما يلي نتائج السؤال الثالث من الدراسة والذي يمثله فقرات المحور الثالث من الاستبانة التي تم توزيعها على عينة الدراسة. يتعلق السؤال الثالث بالتحديات التي تحول دون فاعلية استخدام الذكاء الاصطناعي في حماية سمعة المؤسسة أثناء الهجمات السيبرانية من وجهة نظر مسؤولي الاتصال المؤسسي. وفيما يلي النتائج الخاصة بكل فقرة من فقرات المحور من حيث عدد التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة على الفقرة:

جدول (4-6) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات عينة الدراسة على التحديات التي تحول دون فاعلية استخدام الذكاء الاصطناعي في حماية سمعة المؤسسة أثناء الهجمات السيبرانية من وجهة نظر مسؤولي الاتصال المؤسسي

م	الفقرات	التكرار					الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة
		بدرجة كبيرة جداً	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة ضعيفة	بدرجة ضعيفة جداً			
1	ارتفاع التكلفة المالية لتأسيس وتشغيل أنظمة الذكاء الاصطناعي يمثل عائقاً رئيسياً.	50	17	13	0	0	4.46	0.76	مرتفعة جداً
2	هناك نقص في الكوادر البشرية المؤهلة للتعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات.	45	23	12	0	0	4.41	0.74	مرتفعة جداً
3	توجد مخاوف أخلاقية تتعلق بخصوصية البيانات عند استخدام أدوات التحليل الذكي.	42	26	11	1	0	4.36	0.75	مرتفعة جداً
4	تعقيد الأنظمة التقنية وصعوبة دمجها مع البنية التحتية الحالية للمؤسسة يحد من استخدامها.	42	16	20	2	0	4.23	0.87	مرتفعة جداً
5	عدم ثقة الإدارة العليا في دقة القرارات التي تتخذها خوارزميات الذكاء الاصطناعي دون تدخل بشري.	43	20	14	3	0	4.29	0.88	مرتفعة جداً
6	غياب التشريعات والسياسات الداخلية الواضحة التي تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي في الأزمات.	37	23	16	4	0	4.16	0.91	مرتفعة
7	الخوف من الأخطاء التقنية (التحيز الخوارزمي) التي قد تؤدي إلى نتائج عكسية تضر بالسمعة.	43	23	13	1	0	4.35	0.78	مرتفعة جداً
8	مقاومة التغيير من قبل الموظفين التقليديين وعدم تقبلهم لأتمتة مهام إدارة الأزمة.	44	23	12	1	0	4.38	0.77	مرتفعة جداً
9	صعوبة تفسير النتائج التقنية التي يولدها الذكاء الاصطناعي وتحويلها لقرارات إدارية مفهومة.	41	22	15	0	2	4.25	0.93	مرتفعة جداً
10	قلة البرامج التدريبية المتخصصة في تطبيقات الذكاء الاصطناعي لمسؤولي الاتصال المؤسسي.	45	17	16	0	2	4.29	0.96	مرتفعة جداً
المتوسط الحسابي الكلي للمحور							4.32		

يُظهر الجدول رقم (4-6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول محور التحديات التي تحول دون فاعلية استخدام الذكاء الاصطناعي في حماية سمعة المؤسسة أثناء الهجمات السيبرانية، حيث تشير النتائج العامة إلى وجود اتفاق كبير جداً بين المبحوثين على أن هناك عقبات جوهرية تواجه هذا التبنى التقني، إذ بلغ المتوسط الحسابي العام للمحور (4.32)، وهو معدل يقع ضمن فئة الموافقة بدرجة كبيرة جداً، مما يؤكد أن الطريق نحو أتمتة إدارة أزمات السمعة لا يزال محفوفاً بالتحديات المتعددة الأبعاد، الاقتصادية والبشرية والأخلاقية، وهو ما يتوافق مع ما طرحه Aladawi & Ahmad (2023) حول العوامل المؤثرة في تبني الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات، حيث أشارا إلى أن الجاهزية التنظيمية والموارد تمثل عوائق حاسمة.

وبالنظر إلى ترتيب التحديات، تصدرت الفقرة التي تنص على أن ارتفاع التكلفة المالية لتأسيس وتشغيل أنظمة الذكاء الاصطناعي يمثل عائقاً رئيسياً المرتبة الأولى بمتوسط حسابي مرتفع جداً بلغ (4.46)، وهذه النتيجة تعكس الواقع الاقتصادي لتقنيات الذكاء الاصطناعي التي تتطلب بنية تحتية سحابية متقدمة وقدرات معالجة هائلة، مما يشكل عبئاً على ميزانيات الشركات خاصة في ظل عدم وضوح العائد المباشر على الاستثمار في المدى القصير، تلا ذلك مباشرة في المرتبة الثانية التحدي البشري المتمثل في نقص الكوادر البشرية المؤهلة بمتوسط (4.41)، وهو ما يتقاطع مع نتائج الزهراني (2022) التي كشفت عن تباين في مهارات الممارسين العرب في التعامل مع التطبيقات الذكية، مما يخلق فجوة بين توفر التقنية والقدرة على تشغيلها بكفاءة.

ولم تقتصر التحديات على الجوانب المادية والبشرية، بل برزت التحديات السلوكية والتنظيمية بشكل لافت، حيث جاءت الفقرة المتعلقة بمقاومة التغيير من قبل الموظفين التقليديين في المرتبة الثالثة بمتوسط (4.38)، مما يشير إلى أن الثقافة التنظيمية لا تزال تميل إلى الأساليب التقليدية في إدارة الأزمات، وهو ما يدعمه زيدان والداغر (2026) الذين ناقشوا تأثير صحافة الذكاء الاصطناعي على الأداء المهني وكيف يُنظر إليها أحياناً كتهديد للأدوار الوظيفية التقليدية، كما جاءت المخاوف الأخلاقية المتعلقة بخصوصية البيانات في المرتبة الرابعة بمتوسط (4.36)، والخشية من الأخطاء التقنية والتحيز الخوارزمي بمتوسط (4.35)، مما يعكس قلقاً مشروعاً من أن تؤدي الحلول الذكية إلى أزمات سمعة جديدة بدلاً من حلها، وهو ما يتفق تماماً مع Karovic (2025) الذي حذر من المعضلات الأخلاقية في استخدام الذكاء الاصطناعي في الأمن وإدارة الأزمات، ودراسة الطلحي واللعبون (2025) التي ركزت على التحديات الأخلاقية في الإعلام الرقمي.

وفي السياق ذاته، حصلت الفقرات المتعلقة بعدم ثقة الإدارة العليا في دقة القرارات الآلية وقلّة البرامج التدريبية على متوسطات متطابقة (4.29)، مما يشير إلى وجود حلقة مفرغة؛ فغياب التدريب يؤدي إلى ضعف المهارات، وضعف المهارات يولد عدم ثقة لدى الإدارة، وهذا النقص في التأهيل أكدته دراسة

حشيش وفتوح (2024) التي دعت لضرورة تكثيف الوعي التقني، أما الفقرة التي حلت في المرتبة الأخيرة - رغم ارتفاع متوسطها البالغ (4.16)- فهي غياب التشريعات والسياسات الداخلية، وقد يُفسر هذا بأن المتخصصين يرون أن العوائق المالية والبشرية هي التحديات "الصلبة" والأكثر إلحاحاً مقارنة بالتحديات التنظيمية التي يمكن معالجتها إدارياً، وبشكل عام تؤكد النتائج أن نجاح توظيف الذكاء الاصطناعي لحماية السمعة يتطلب معالجة شمولية لا تكتفي بشراء البرمجيات، بل تمتد لبناء الكفاءات البشرية وصياغة المواثيق الأخلاقية الضامنة.

الاستنتاجات

فيما يلي الاستنتاجات الخاصة بالدراسة:

1. أظهرت نتائج الدراسة أن شركات القطاع الخاص تعتمد بدرجة مرتفعة جداً على تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات السيبرانية، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام للمحور (4.28)، مما يعكس توجهاً استراتيجياً نحو الأتمتة الدفاعية. وقد تصدرت الأولويات الممارسات التقنية البحتة، حيث جاء في المراتب الأربعة الأولى توظيف الأدوات لتحليل البيانات الضخمة لتحديد مصدر الهجوم، تلاها امتلاك أنظمة أتمتة لعزل الأنظمة المتضررة تلقائياً، ثم الاعتماد على الخوارزميات للتنبؤ بالهجمات، واستخدام أنظمة الرصد الذكي لاكتشاف الثغرات، مما يشير إلى أن التركيز الأساسي ينصب على "الحماية والاحتواء". في المقابل، جاءت الممارسات المتعلقة بالاتصال الإعلامي في ذيل القائمة، حيث حل استخدام التقنية في صياغة رسائل الاستجابة الفورية، ودمج الذكاء الاصطناعي مع أنظمة الاتصال المؤسسي في المرتبتين الأخيرتين، مما يوضح وجود فجوة في توظيف التقنية للأغراض الاتصالية مقارنة بالأغراض الأمنية.
2. كشفت النتائج عن قناعة راسخة لدى المتخصصين بأن للذكاء الاصطناعي أثراً إيجابياً مباشراً في حماية السمعة وتعزيزها، إذ سجل المحور متوسطاً حسابياً عاماً بلغ (4.23). وقد برز هذا الأثر بشكل جلي في أربعة جوانب رئيسية احتلت المراتب الأولى، وهي مساهمة هذه التقنيات في زيادة ثقة العملاء بقدرة المؤسسة على حماية بياناتهم، تلاها دورها في تعزيز المكانة التنافسية للمؤسسة من حيث السمعة الرقمية، ثم مساهمة الشفافية المدعومة بالبيانات الفورية في تقليل حدة الهجوم الجماهيري، وأخيراً دور سرعة الاستجابة في الحد من انتشار الشائعات. وعلى الرغم من الإيجابية العامة، إلا أن الجوانب المتعلقة بجودة المحتوى الاتصالي جاءت في المراتب الأخيرة، وتحديدًا مساهمة التخصيص في الرسائل الاتصالية، ودور دقة البيانات المستخرجة في تعزيز مصداقية التصريحات، مما يشير إلى أن الأثر الأقوى للتقنية يرتبط "بالثقة الأمنية" أكثر من ارتباطه "بجودة الخطاب الإعلامي".
3. أوضحت الدراسة أن تبني الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات يواجه عقبات جوهرية ومتشعبة، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام للتحديات (4.32)، وهو معدل مرتفع جداً يؤكد صعوبة الموقف التنفيذي. وقد تصدرت العوائق المادية والبشرية المشهد، حيث جاء ارتفاع التكلفة المالية لتأسيس

وتشغيل الأنظمة في المرتبة الأولى كأبرز تحدٍ، تلاه مباشرة نقص الكوادر البشرية المؤهلة للتعامل مع هذه التقنيات، ثم برز الجانب السلوكي والمتمثل في مقاومة التغيير من قبل الموظفين التقليديين، ولحقت بها المخاوف الأخلاقية المتعلقة بخصوصية البيانات في المرتبة الرابعة. في حين تراجعت التحديات الإجرائية والتقنية نسبياً إلى ذيل القائمة، حيث جاء تعقيد الأنظمة التقنية وصعوبة دمجها، وأخيراً غياب التشريعات والسياسات الداخلية في المرتبتين الأخيرتين، مما يعني أن توفر المال والكفاءات البشرية هو العائق الأكبر مقارنة بالعوائق التنظيمية.

التوصيات والمقترحات

بناء على نتائج الدراسة، فيما يلي توصيات الدراسة ومقترحاتها:

1. تطوير نظام ربط آلي مشترك بين العمليات الأمنية والاتصال لتحويل بيانات الهجمات فوراً إلى مسودات صحفية مبسطة؛ مما يضمن دقة وسرعة الاستجابة الإعلامية، ويقلص الفجوة الزمنية بين الاكتشاف التقني والنشر.
2. تعيين ضابط اتصال رقمي تكون مهمته الأساسية أثناء الأزمة مراجعة البيانات والأرقام التي تستخرجها الأنظمة الذكية ومطابقتها مع الواقع الفعلي قبل تحويلها إلى تصريحات رسمية.
3. بناء أرشيف استجابة ذكي مدعوم بالذكاء الاصطناعي التوليدي تتمثل آلية التنفيذ في تغذية نموذج لغوي خاص بالمؤسسة بمئات السيناريوهات السابقة والنبرة الصوتية المعتمدة للشركة، لتمكين مسؤولي الاتصال من توليد رسائل استجابة فورية ومخصصة لكل منصة تواصل اجتماعي.
4. دمج أنظمة إدارة علاقات العملاء مع أدوات التحليل الذكي للتخصيص يتحقق ذلك من خلال أتمتة عملية تصنيف العملاء لحظياً أثناء الهجوم السيبراني.
5. صياغة دليل إجرائي لحوكمة استخدام الذكاء الاصطناعي في الاتصال وقت الأزمات يتم التنفيذ عبر تشكيل لجنة مشتركة من الإدارة القانونية وتقنية المعلومات لوضع سياسة داخلية مكتوبة تحدد بوضوح الحدود الأخلاقية والقانونية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الأزمات.
6. التوجه نحو حلول الذكاء الاصطناعي السحابية الجاهزة وسهلة الدمج من خلال التعاقد مع مزودي خدمات أمن سيبراني يوفرون أدوات ذكاء اصطناعي معيارية جاهزة للتوصيل والتشغيل مع البنية التحتية الحالية للمؤسسة.
7. إجراء دراسة تقييمية مستقبلية عن أثر استجابات برمجيات المحادثة الآلية أثناء انقطاع الخدمات الرقمية على رضا وولاء العملاء في السوق السعودي.
8. إجراء دراسة مقارنة مستقبلية حول الفروق في جاهزية إدارة سمعة الأزمات السيبرانية باستخدام الذكاء الاصطناعي بين القطاع الحكومي والقطاع المصرفي في المملكة العربية السعودية.

المراجع

المراجع العربية:

- إبراهيم، أمينة (2024). اتجاهات القائمين على صناعة الإعلام في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي. مجلة البحوث الإعلامية، 72(1)، 685-738.
- ابوصالح، مي أحمد (2025). فاعلية استخدام تقنيات الأمن السيبراني المدعومة بالذكاء الاصطناعي في حماية المنصات الإعلامية الرقمية وتحسين جودة المحتوى الصحفي. مجلة كلية الآداب (جامعة بنها)، 65(4)، 207-290.
- باسودان، عمرو صالح (2022). تأثير العلاقات العامة الرقمية في أداء المؤسسات الحكومية السعودية: دراسة ميدانية على عينة من إدارات العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات الحكومية بمنطقة جازان للعام 2021م. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، 39(39)، 316 – 350.
- البحيري، شيرين (2025). تأثير أدوات الذكاء الاصطناعي على أداء المؤسسات الإعلامية ChatGPT نموذجاً. مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال، 25(25)، 274-317.
- بخش، أفنان (2025). استراتيجيات التواصل الرقمي وتأثيرها على السمعة المؤسسية في عصر التحول الرقمي: دراسة تطبيقية على بعض الشركات السعودية. مجلة ميدأوشن للبحوث والدراسات، 1(2).
- البلقاسي، منال (2025). التعليم المستدام في ظل الذكاء الاصطناعي. دار الثقافة الروسية للنشر.
- بوخاري، راضية (2024). أثر الشبكات الاجتماعية على إدارة سمعة المؤسسة [أطروحة دكتوراة]. جامعة الجزائر.
- ثروت، محمد (2025). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية: دراسة مقارنة بين مصر والبحرين. مجلة بحوث الإعلام الرقمي، 8(8)، 91-121.
- حشيش، ريهام عصام سيد أحمد وخيري محمد فتوح (2024). تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي وتأثيرها على آراء الطلاب نحو قضايا الأمن السيبراني داخل الحرم الجامعي. مجلة التربية النوعية والتكنولوجيا بحوث علمية وتطبيقية، 31(1)، 311-342.
- خبريش، خالد أبوالقاسم على (2025). تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الليبي. مجلة الإعلام والفنون العلمية الإلكترونية المحكمة، 6(22)، 85-110.
- الخشان، فارس (2023). دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة السمعة لدى المؤسسات الحكومية. المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، 5(2)، 199-263.
- ديابي، زينت وبوعون، سمير وسوقي، أية جيهان (2022). دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة السمعة الرقمية للمؤسسة: دراسة ميدانية لمتابعي صفحتي مؤسسة كوندور على الانستغرام [رسالة ماجستير]. جامعة 8 مايو 1945 قالمة.

- الرحاحله، أحمد محمد (2025). دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز الامتثال لإدارة مخاطر الأمن السيبراني. مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية، 6(10)، 350 – 376.
- الزهراني، أحمد علي (2022). تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، 5(1)، 15-39.
- زيدان، عماد زيدان والداغر، مجدي (2026). اتجاه النخبة الإعلامية نحو تأثير صحافة الذكاء الاصطناعي على الأداء المهني للصحفيين في المؤسسات الإعلامية: دراسة ميدانية. المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام، 3(5)، 453-576.
- السقاط، فراس محمد والسقاف، أحمد عبد القادر (2025). تأثير الذكاء الاصطناعي على إدارة المخاطر في البنوك السعودية. مجلة العلوم التربوية والإنسانية، 43(43)، 247-268.
- الشراوي، إيمان عبد الرحيم السيد. (2022). توظيف المؤسسات الصحفية لتقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي في أوقات الأزمات. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 2022(24)، 49-94.
- الطلحي، عبير بنت عبد ربه واللعبون، أمجاد بنت محمد (2025). رؤية النخبة الإعلامية والأكاديمية نحو التحديات الأخلاقية للذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي (دراسة استشرافية خلال العقد 2034-2024م). مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، 33(33)، 519-556.
- عبد العزيز، أسامة السيد وإبراهيم، مروة رضوان (2022). الأثر المجتمعي لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بوسائل الإعلام التقليدية والحديثة. المجلة المصرية لبحوث الأعلام، 2022(80)، 1901-1954.
- عبد المقصود، منى مجدي فرج (2025). اتجاهات الطلاب والإعلاميين المصريين نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، 2025(32)، 1-40.
- الغباري، محمد وعثمان، باسل (2023). دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي: رؤية مستقبلية. المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، 2023(43)، 619-653.
- القماطي، تهاني (2025). اتجاهات النخبة الإعلامية في مدينة مصراته نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العملية الإعلامية. مجلة بحوث الاتصال، 18(18)، 331-347.
- لرازة، خالد ونذير، منى (2023). مستقبل مهنة الإعلام في ظل بروز الذكاء الاصطناعي-هل ستستغني المؤسسات الإعلامية عن صحافيتها؟ مجلة رقمنا للدراسات الإعلامية والاتصالية، 3(2)، 50-66.
- اللواتي، نشوى يوسف (2023). توظيف الإعلاميين في المؤسسات الإعلامية ذات المنصات الرقمية لتقنيات الذكاء الاصطناعي. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 22(4)، 273-342.
- مرسي، إيمان أحمد مرسي (2023). الاتجاهات الحديثة في بحوث العلاقات العامة الرقمية في الأدبيات العربية. مجلة العلوم التربوية والإنسانية، 30(30)، 217-244.
- المصري، فرح (2024). دور الذكاء الاصطناعي في تحسين الأمن السيبراني. مجلة النخبة للدراسات والأبحاث، 3(2).

المراجع الأجنبية:

- Aladawi, A. S. A. R., & Ahmad, A. N. A. (2023). A study of factors influencing the adoption of artificial intelligence in crisis management. *International Journal of Sustainable Construction Engineering and Technology*, 14(5), 416-425.
- Aleryani, A. Y. (2024). Leveraging AI to Enhance Organizations' Digital Reputation for Sustainable Development. *International Journal of Recent Engineering Science*, 11(5), 185-192.
- Camacho, N. G. (2024). The role of AI in cybersecurity: Addressing threats in the digital age. *Journal of Artificial Intelligence General Science (JAIGS)*, 3(1), 143-154.
- Cole, E. (2021). *Cyber crisis: Protecting your business from real threats in the virtual world*. BenBella Books.
- Connock, A. (2022). *Media management and artificial intelligence: understanding media business models in the digital age*. Routledge.
- Djenih, A. (2024). Crisis Averted: How AI Helps in E-Reputation Damage Control. *Revue Organisation et Travail*, 13(1), 131-142.
- Doorley, J., & Garcia, H. F. (2025). *Reputation Management: The Key to Successful Public Relations, Corporate Communication and Sustainable Organizations*. Taylor & Francis.
- Ehlers, R. R. (2021). *The effects of artificial intelligence on crisis communication rebuild strategies*. University of South Dakota.
- Hassan, A. (2023). The Role of Social Media in Improving Institutional Reputation. In *Artificial Intelligence, Internet of Things, and Society 5.0* (pp. 277-290). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Hirsch, P. B. (2018). Tie me to the mast: artificial intelligence & reputation risk management. *Journal of Business Strategy*, 39(1), 61-64.
- Hossain, M. Z., Akter, N., Hasan, L., Bepari, M., & Sultana, S. (2025). Artificial Intelligence and Machine Learning in Crisis Communication: A Management Information System Perspective. *European Journal of Innovative Studies and Sustainability*, 1(3), 149-163.
- Kafi, A., & Indrawan, F. (2026). Corporate Communication and Reputation Management in the Digital Crisis Era, Strategic Organizational Response. *Journal of Communicatio Et Cultura*, 1(1), 1-16.
- Karovic, S. (2025). The role of artificial intelligence in crisis management and cybersecurity: Challenges, opportunities and ethical dilemmas [Paper presentation]. 11th International Scientific Professional Conference Security and Crisis Management – Theory and Practice (SeCMan) - 11th International Forum "Safety for the Future 2025", Belgrade, Serbia.

-
- Pinto, R., & Bhadra, A. (2024). Smarter public relations with artificial intelligence: Leveraging technology for effective communication strategies and reputation management—A qualitative analysis. *REDVET-Revista electrónica de Veterinaria*, 25(1), 2024.
 - Ray, E. C., Merle, P. F., & Lane, K. (2025). Generating Credibility in Crisis: Will an AI-Scripted Response Be Accepted? *International Journal of Strategic Communication*, 19(2), 158-175.
 - Trim, P. R., & Lee, Y. I. (2022). Combining sociocultural intelligence with Artificial Intelligence to increase organizational cyber security provision through enhanced resilience. *Big Data and Cognitive Computing*, 6(4), 110.