

المؤتمر العلمي الدولي (الاعلام الرقمي وتقنيات الذكاء الاصطناعي: رؤية استشرافية)

2023

بحث بعنوان

التوجهات البحثية الحديثة لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات

العامّة: دراسة من المستوى الثاني

اعداد: أ.د/ منى محمود عبد الجليل: أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامّة- كلية الإعلام بنات -

جامعة الأزهر بالقاهرة

مقدمة الدراسة

استطاع الذكاء الاصطناعي أن يقدم ميزات كثيرة للعلاقات العامّة على مستوى الوظائف والخدمات والنشاطات ، فقد ساعد ممارسي العلاقات العامّة في إتمام بعض المهام الإدارية اللازمة مثل كتابة التقارير والبيانات الصحفية وتوزيعها، وتنظيم برامج وأنشطة العلاقات العامّة، وجمع البيانات وتحليلها وتقديم التوصيات بشأنها، واحتساب العائد على الاستثمار لحملات العلاقات العامّة، كما يمكن أيضاً من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي التنبؤ باهتمامات المستهلكين، وقياس اتجاهاتهم، والتعرف على أنماط حياتهم الاستهلاكية، والرد على استفساراتهم مما يسهم في إنجاز العمل بشكل متقن وفعال .

مشكلة الدراسة:

وتأسيساً على ما سبق فقد سعت هذه الدراسة إلى رصد وتقييم التوجهات البحثية الحديثة فيما يتعلق باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامّة، وذلك بهدف التعرف على أهم القضايا والموضوعات التي ركزت عليها هذه الدراسات ، ومعرفة الأطر النظرية والإجراءات المنهجية التي اعتمدت عليها، فضلاً عن تحديد أبرز نتائجها ومقارنتها ببعضها البعض والتعرف على أهم توصياتها، ومن ثم طرح رؤية مستقبلية لبحوث العلاقات العامّة في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي.

أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي تتصدى له في ضوء ما يقال انه على الرغم مما تشهده العلاقات العامّة من تطورات تقنية على المستوى المهني فإن هذا التطور لم يقابله تطوراً ملموساً على المستوى البحثي والأكاديمي حيث يرى البعض أن هناك قصور منهجي

ونظري في دراسة العلاقات العامة و أن الباحثون لا زالوا يعيشون في بوتقة تقليدية حيث يعتمدون على مناهج ونظريات هي نفسها التي كانوا يعتمدون عليها قبل العصر الرقمي،،، من هنا ظهرت أهمية إجراء نوعية من البحوث تعتمد على المراجع المنظمة للبحوث المنجزة خلال فترة معينة لمعالجة موضوع معين للتعرف على واقعها والإشكاليات التي تعترض مسيرتها بغرض تطوير إسهاماتها، خصوصا إذا كان بحثا علميا قائم على دراسة علمية تحليلية تفيد نتائجها في التعامل مع الأزمات والمشاكل التي تعترض المجتمع وتطرح عدد من الحلول التي تساهم في تقدم الأمة وتطورها.

التصميم المنهجي للدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، واعتمدت على استخدام أسلوب التحليل من "المستوى الثاني" "Analysis Secondary" أو ما يعرف بالمراجعة المنظمة (systematic review) لمجموعة من البحوث العلمية في موضوع محدد، وقد تم الاعتماد على اداة التحليل الكيفي، وتكونت عينة البحث من الدراسات العربية والأجنبية المنشورة في الدوريات الأكاديمية الرائدة في مجال العلاقات العامة وإدارة الاتصال في الفترة الزمنية من 1 يناير 2018 إلى 30 أبريل 2023، ويرجع اختيار هذه الفترة الى ان عام 2018 يعد العام الذي بدا فيه ظهور الدراسات الخاصة بال تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وقد استعانت الباحثة في جمع الدراسات العربية والأجنبية "عينة الدراسة" بقواعد البيانات العربية والاجنبية على شبكة الانترنت وعدد من المواقع الأكاديمية ومواقع الدوريات العلمية المحكمة، واعتمدت الباحثة على أسلوب العينة العمدية في اختيار البحوث الخاضعة للتحليل وفقا لمتغيرى موضوع البحث وسنة النشر، وقد بلغت عينة الدراسات الخاضعة للتحليل الكيفي عدد 45 دراسة بواقع 33 دراسة اجنبية و ١٢ دراسة عربية

نتائج الدراسة:

- أكدت نتائج الدراسات العربية والأجنبية أن الذكاء الاصطناعي يمتلك قدرات كبيرة في عمليات جمع المعلومات والسرعة والقدرة على التنبؤ بالسلوك الانساني ولا شك ان هذه الصفات توفر الوقت والجهد وترفع كفاءة جميع الوظائف المتعلقة بمجال العلاقات العامة. كما تشير النتائج إلى أن بعض وكالات العلاقات العامة والمنظمات في دول مثل

الولايات المتحدة وبعض دول أوروبا. بالفعل تستخدم بعض تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل الروبوتات وغيرها في ممارسة العلاقات العامة

● كما كشفت نتائج الدراسة الحالية ان اغلب الدراسات التي تحدثت عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في ممارسة العلاقات العامة. تعاملت مع القضية باعتبارها من التحديات الأخلاقية في المجال. فهناك اتجاه واضح يربط بين استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتجاوزات الأخلاقية والمهنية لممارسة العلاقات العامة. وبالرغم من أن غالبية الدراسات أجنبية إلا أن هناك مؤشرات واضحة لتزايد اهتمام الباحثين العرب بالموضوع في الفترة الأخيرة

● إن أغلب الدراسات العربية في مجال استخدام العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بدت سطحية ؛ حيث إن غالبيتها كانت وصفية فقط ولم تحاول التعمق في دراسة الظاهرة، كما لوحظ ضعف بعضها في الاستفادة من النظريات المطبقة في تحليل الظواهر، وكانت اداة المقابلة بأنواعها هي الأكثر استخداما لجمع البيانات، وسادت العينة العمدية الغالبية العظمى من مجتمع الدراسات.

مناقشة النتائج

● هناك إشكالية ظهرت بوضوح في التراث العلمي ولدى المجتمع المهني وهي تزايد نفوذ وتأثير الشركات الكبرى التي تملك وتدير تطبيقات الذكاء الاصطناعي مع عدم التزامها أحيانا كثيرة بالمعايير المهنية التي تحقق ديمقراطية الاتصال والتدفق الحر للمعلومات أو ما يطلق عليه مصطلح رأسمالية مراقبة الجمهور) وهو مصطلح حديث يستخدم لوصف عملية مراقبة الشركات للسلوك البشري بهدف الربح من خلال التحليل التنبئي للكثير من البيانات التي تصف حياة وسلوك مئات الملايين من الناس، ما يسمح بتحديد الروابط والأنماط السلوكية، والاستدلال على المعلومات المتعلقة بالأفراد، والتنبؤ بسلوكهم المستقبلي ومحاولات للتأثير على هذا السلوك المستقبلي من خلال إعلانات موجهة خصيصا للأفراد، وذات فعالية عالية في التأثير فيهم.

● وعلى المستوى النظري يمكنني القول بأن تطور دراسات الاتصال الحارات للعلاقات العامة يحتاج إلى تجاوز الباحثين لمنهج تحليل المضمون الذي سيطر على غالبية الدراسات؛ ويجب على الباحثين تبني تصميمات منهجية حديثة

للتأكد من وجود اتصال حواري حقيقي بين المنظمة و جماهيرها ومدى الفاعلية الحقيقية لهذا الحوار، وكيفية توظيف التطبيقات الحديثة لتطوير مؤشرات الاتصال الحارات ومحاولة التنبؤ بمخرجاته ونتائجه المتوقعة. وهذا في رأى لن يكون الا من خلال دراسات مسحية تسهم واقعيا في التعرف على فعالية إدارة الاتصال بين المنظمة وعملاءها.

الإستنتاجات والخاتمة

- نستنتج من هذه الدراسة انه مع كل تلك الايجابيات التي توفرها إمكانيات وتقنيات الذكاء الاصطناعي يظل هناك بعض التحديات التي تهدد الوظيفة الاتصالية للمنظمات وأهمها الاختراق الإلكتروني للحساب الرسمي للمؤسسة، و إمكانية الوصول إلى فئات مهمة من العملاء او الجمهور، مما قد يؤدي إلى تشويه صورة المنظمة بأخبار غير صحيحة، ويشكل هذا أبرز المشكلات التي تواجه العلاقات العامة في عصر الذكاء الاصطناعي.
- على محترفي العلاقات العامة أن ينظروا إلى الذكاء الاصطناعي على أنه أداة مساعدة ومفيدة، يمكن أن تختصر الوقت وتسرع الإجراءات بسهولة ودقة، وتمكّن المؤسسات من تأدية مهامها ومسؤولياتها في تناغم واتساق، الأمر الذي سيؤدي إلى توفير مساحات كبيرة من الوقت للتركيز على تطوير وتنفيذ استراتيجيات العمل وتعزيز العلاقات وضمن استمراريتها، وإدارة صورة المؤسسة بشكل أفضل.

توصيات الدراسة

- تشجيع الباحثين في مجال العلاقات العامة على استخدام أدوات التحليل الكيفية للوصول إلى نتائج أكثر عمقا كما ينبغي التنوع في استخدام الأدوات البحثية مع ضرورة التكامل في استخدام الأدوات فمثلا يتم استخدام المقابلة أو مجموعات المناقشة المركزة مع الاستبيانات، كما يفضل الدمج بين الأدوات الكمية والكيفية، وكذلك إجراء البحوث التجريبية بما يساعد على تفسير النتائج والوصول رؤى واضحة حوله تأثير الذكاء الاصطناعي على مجال العلاقات العامة.
- ضرورة تشجيع البحوث الجماعية في مجال العلاقات العامة والذكاء الاصطناعي مع أهمية التواصل المستمر بين الباحثين العرب وبين نظرائهم من الباحثين الأجانب

لتطوير وإثراء مجال العلاقات العامة بشكل عام، وتفعيل الجهود المشتركة للجمعيات المهنية للعلاقات العامة سواء على مستوى العالم العربي أو الدولي.

• الاستفادة من آراء الخبراء والمتخصصين والأكاديميين في مجالي العلاقات العامة وتكنولوجيا الاتصال وعلوم الحاسب الآلي عند إعداد البحوث العلمية في مجال العلاقات العامة والذكاء الاصطناعي في إطار التحول المؤسسي الرقمي.

• ضرورة حث رؤساء مجالس المؤسسات والمنظمات المختلفة و مديريها بضرورة التعاون مع الباحثين واندادهم بالمعلومات والبيانات التي تسهم في إثراء البحوث كما ينبغي عليهم تشجيع المسؤولين في مؤسساتهم في جميع الأقسام على الإجابة على الإستبيان العلمية حتى يستطيع الباحث أن يصل إلى نتائج حقيقية وواقعية

• وعلى صعيد الأفكار البحثية المقترحة فإنه الدراسة تقدمت ببعض الأفكار التي يمكن للباحثين القيام بها مثل دراسة واقع استخدام العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الشركات المصرية وومتعددة الجنسيات وانعكاساته على صورتها لدى الجمهور

• اتجاهات القائم بالاتصال في إدارات العلاقات العامة نحو إنتاج مواد إعلامية باستخدام باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

❖ ودراسة حول أثر استخدام الروبوتات في إدارة العلاقات مع العملاء

❖ دراسة حول المقارنة بين التسويق التقليدي واتصل والتسويق باستخدام الذكاء

الاصطناعي

❖ أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الترويجية للشركات

