

تعزير الاستخدام الأخلاقي لاستدامة الذكاء الاصطناعي للعلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي

د. غادة سيف ثابت (*)

ملخص الدراسة:

تتزايد الخطابات حول أخلاقيات الذكاء الاصطناعي مما يجعل رؤية الصورة لـ"أخلاقيات الذكاء الاصطناعي" "AI Ethics" تبدو ضمن مشهد يتسم بعدم الوضوح وصعوبة التنفيذ، وعلى الرغم من ذلك ارتبطت أخلاقيات الذكاء الاصطناعي بالاتصال الاستراتيجي للعلاقات العامة ارتباطاً وثيقاً، وفي هذا السياق تهدف الدراسة الحالية إلى رصد سمات التأطير المؤسسي لأخلاقيات استدامة الذكاء الاصطناعي، من خلال التحليل النصي لعينة من الموائيق الدولية والعربية. تنتمي الدراسة منهجياً إلى الدراسات الاستطلاعية التحليلية المقارنة، في نطاق موائيق الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي.

حظي إطار التنوع والعدالة وعدم التمييز بالأولوية في نصوص الموائيق محل الدراسة، يليه حوكمة البيانات وخصوصية المستخدم والسلامة، ثم إطراري الثقة والاستدامة، يليهما أطر الشفافية وحق المستخدم في المساءلة والرقابة البشرية، ثم أطر الاستقلالية والتحكم الذاتي للمستخدم وحقوق العاملين والتوظيف.

كشفت التحليل الموضوعي عن تقارب نصوص الوثائق عينة الدراسة، من حيث أساليب تأطير الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي، كما رصدت الباحثة اختلافاً طفيفاً من حيث أولويات الأطر في الوثائق محل الدراسة؛ وساد التشابه المعايير التي تبنتها الوثائق محل الدراسة للتأطير الأخلاقي للذكاء الاصطناعي. اقترحت الباحثة نموذجاً للتأطير المؤسسي لأخلاقيات استدامة الذكاء الاصطناعي للعلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي.

المصطلحات الدالة

التأطير المؤسسي- تعزير الاستخدام الأخلاقي-استدامة الذكاء الاصطناعي-حوكمة البيانات-الاتصال الاستراتيجي- التنمية المستدامة-الحق في الخصوصية-الشفافية- المساءلة- أخلاقيات العلاقات العامة- الذكاء الاصطناعي المسئول- أخلاقيات الذكاء الاصطناعي

(*) أستاذ العلاقات العامة المساعد - جامعة أبوظبي

أستاذ العلاقات العامة المساعد- جامعة المنيا

Promoting The Ethical Use Of Artificial Intelligence (AI) Sustainability for Public Relations (PR) and Strategic Communication (SC)

Abstract.

The discourse on the ethics of artificial intelligence (AI) is increasing, which renders the concept of "AI ethics" obscure and difficult to implement. Nevertheless, AI ethics are closely associated with strategic communication in public relations. In this context, the current study aims to identify the features of the institutional framing of AI sustainability ethics through textual analysis of a sample of international and Arab Code of Ethics. Methodologically, the study belongs to pilot and comparative analytical studies within the scope of ethical use code of ethics for AI in public relations and strategic communication.

The study found that the frames of diversity, justice, and non-discrimination are prioritized in the texts of the studied charters, followed by data governance and user privacy and safety. Trust and sustainability frames come next, followed by transparency frame, user accountability and human oversight, and then independence and user self-control, employee rights, and employment frame.

The objective analysis revealed a convergence in the framing methods of ethical AI use in the sample documents studied. The researcher also identified a slight variation in the prioritization of frames in the studied documents. Similar criteria dominated the ethical framing of AI in the sample documents. The researcher proposed a model for the institutional framing of AI sustainability ethics in public relations and strategic communication.

Key Words

Institutional Framing-Promoting Ethical Use -Artificial Intelligence Sustainability -Data Governance-Strategic Communication - Sustainable Development -Right to Privacy-Transparency-Accountability-Public Relations Ethics-Responsible (AI)- (AI) Ethics.

مقدمة

يُعد الذكاء الاصطناعي (AI) أحد أكثر التقنيات المطروحة للبحث والجدل في العصر الحالي، كما ينظر إليه عدد من القائمين على صناعة العلاقات العامة بوصفه إضطراباً استراتيجياً، ويعتقدون أنه سيغير مهنة العلاقات العامة، على شتى مستويات الاتصال في المنظمة بما يشمل اتصالاتها الداخلية والخارجية.

أشار تقرير مؤشر الاتصال الأوروبي عام ٢٠٢١ European Communication Monitor، إلى أهمية التأقلم مع التطور الرقمي كأحد أبرز القضايا الاستراتيجية في إدارة الاتصال (Kostić, S. C. Šarenac, J. G. 2021, 77)؛ حيث ترتبط اتصالات العلاقات العامة بالذكاء الاصطناعي (AI) وتعلم الآلة (ML)، حيث ساهمت التكنولوجيا وتقنياتها في تعزيز دور العلاقات العامة في تنفيذ أهدافها في إدارة السمعة ودعم العلاقات مع أصحاب المصالح واتصالات العلامة التجارية، بالإضافة إلى تعزيز تواجد المنظمة لعملائها عبر الانترنت بصفة عامة.

كما كشفت نتائج التقارير الحكومية عن الذكاء الاصطناعي عن تزايد استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الحكومية والخاصة في مجالات الأعمال ومن أبرزها، التخطيط الاستراتيجي (Shibl, E. Shaer, S. , & Salem, F. 2023, 11, 91)، وعلى الرغم من الإيجابيات الثابتة لتطبيق المنظمات لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي، إلا أن الرائد للتطور المتسارع لدمج تلك التقنيات في أنشطة المنظمات الحكومية والخاصة، يلحظ تصاعداً في كل من القلق من الاستخدام غير المسؤول للذكاء الاصطناعي، والنتائج غير المرغوبة وغير المقصودة لتقنياته، يأتي متزامناً مع الجهود المبذولة محلياً ودولياً لضبط وتنظيم الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي.

يؤكد ذلك نتائج تقرير الأمم المتحدة حول عمليات السلام والتكنولوجيا الرقمية إلى أهمية الذكاء الاصطناعي؛ الذي أشار إلى أن ٧٥ دولة على الأقل، تعمل لتطوير أشكال مراقبة الذكاء الاصطناعي، التي تستهدف غالباً تحسين الخدمات العامة من خلال البيانات التي تم إنشاؤها تلقائياً، ولفت التقرير إلى تزايد المخاوف من تقنيات الذكاء الاصطناعي خاصة تقنية التعرف على الوجه (Esberg, J., & Mikulaschek, C. 2021, 7).

والمتابع لتطور صناعة العلاقات العامة، يبدو له واضحاً ارتباط تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالعديد من الأبعاد الأخلاقية؛ ولعل من أبرزها جدلاً تخزين بيانات العملاء، الوصول إليها، خصوصية البيانات واستخدامها في الأنشطة الاتصالية للمنظمات خاصة في خدمات العملاء واستهدافهم في الرسائل الاتصالية.

الاستخدام الأخلاقي لاستدامة الذكاء الاصطناعي

تتزايد الخطابات حول أخلاقيات الذكاء الاصطناعي؛ مما يجعل رؤية الصورة لـ"أخلاقيات الذكاء الاصطناعي" "AI Ethic" تبدو ضمن مشهد يتسم بعدم الوضوح وصعوبة التنفيذ، وبالرغم من ذلك قام عدد من الوكالات والمنظمات الحكومية بصياغة وإصدار موائيق وإرشادات أخلاقية خاصة بالمنظمة، لتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي

المسئول (Nagar, N.2022, 1-72) ، كإحدى جهود التأطير المؤسسي الذي يتضمن اهتمام المنظمة بالقيود وتنظيم السلوك، ويؤكد على أهمية الإجراءات التنظيمية الرسمية، ويشار إليه من خلال أطر العلاقات Relational والأطر المعيارية normative والمعرفية/ الثقافية cognitive/cultural (Obicci, P. A. Peter Adoko 2023.22).

لقد أصبح من البديهي أن أخلاقيات الذكاء الاصطناعي (AI) ضرورية ويجب أن تساعد في توجيه التطورات التكنولوجية، وقد ظهرت العديد من المبادئ التوجيهية الأخلاقية من الأوساط الأكاديمية والصناعة والحكومة والمجتمع المدني في السنوات الأخيرة؛ مما يوفر أساساً للنقاش حول التنظيم المناسب للذكاء الاصطناعي (Bélisle-Pipon, J.C., Monteferrante, E., Roy, MC. et al. 2022).^١ ووفقاً للتقارير الرسمية الصادرة عام ٢٠٢٣، تتمثل أبرز التحديات التي تواجه تطبيق الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الحكومية في: مهارات الذكاء الاصطناعي التي لا تزال مفقودة في سوق العمل، وتوافر البيانات واستغلالها، كما تواجه منظمات القطاع الخاص نفس التحديات بالإضافة إلى الاهتمام ببيئة تنظيمية غامضة في ظل الذكاء الاصطناعي.

وقد تزايدت الحاجة للتنظيم الأخلاقي والقانوني لاستخدام الذكاء الاصطناعي بصفة عامة، وفي نطاق الاتصال الاستراتيجي للمنظمة بصفة خاصة، حيث دعم غالبية القائمين على الخدمات الحكومية في دولة الإمارات فرض لوائح جديدة للاقتصاد الرقمي، وأشاروا إلى أن إدخال كل من قانون البيانات الإماراتي، والأطر الأخلاقية الوطنية للذكاء الاصطناعي، إضافة إلى قانون المعاملات الإلكترونية سيكون أمراً إيجابياً (Shibl, E., Shaer, S. Salem, F.,2023, 11).

وتوقعت دراسة صناعة العلاقات العامة في ظل علوم الذكاء الاصطناعي-الإعلام الإبداعي- الإندماج الإعلامي أن يتجه مستقبل العلاقات العامة في المستقبل القريب إلى مواجهة المزيد من التحديات الأخلاقية التي قد تتمكن الحكومات والمنظمات من الحد منها، لمواجهة القضايا الأخلاقية التي تتعلق بأخلاقيات تطبيق الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي خاصة الأنشطة التسويقية، وحماية خصوصية البيانات، والتحيز، وتخزين بيانات العملاء، وتزييف الواقع، كما توقعت الدراسة أن تتنامي المطالب بصياغة ميثاق أخلاقي لتنظيم عمل الذكاء الاصطناعي، وأن يصاحب ذلك صياغة تشريعية ملائمة يتم تضمينها ضمن قوانين جرائم المعلومات في كل من الدول العربية والأجنبية (ثابت، عادة سيف، ٢٠٢٢، ٥٦٧).

وقد عرف (Rohde, F., et. al. 2021, 36-40)استدامة الذكاء الاصطناعي بأنها: تطوير وتنفيذ واستخدام الذكاء الاصطناعي بالطريقة التي تقلل من الآثار الاجتماعية والبيئية والاقتصادية لخوارزميات التطبيقية^٢، واستخدم (Vinuesa, et.al, 2020,233) مصطلح " Sustainable AI " "الذكاء الاصطناعي المستدام" للتعبير عن الذكاء الاصطناعي الذي يُمكن من الوصول إلى أهداف التنمية المستدامة SDGs^٣. وهو الذكاء الاصطناعي المفيد وغير الضار للحياة الإنسانية (Larsson,S. ,et. al., 2019)^٤، كما أنه

ذكاء اصطناعي خاضعاً لمبادئ تنظيمية، بما في ذلك، على سبيل المثال لا الحصر، العمليات الخاصة بالمنظمة واللوائح وأفضل الممارسات والتعريفات/المعايير لتلبية الإمكانيات التحويلية للتنمية المستدامة مع حماية البيئة في نفس الوقت وتمكين النمو الاقتصادي والعدالة الاجتماعية (Tsafack Chetsa, G.L. 2021)^{١٢}، وبصفة عامة حدد (Yigitcanlar, T.& Kankanamge, N., 2022, 3) أربعة مكونات رئيسة للذكاء الاصطناعي هي:

- نظام الخبراء Expert system: ويشير إلى التعامل مع الموقف قيد الفحص كخبير وبناء على ذلك يعطي الأداء المطلوب/المتوقع .
- حل المشكلات العصبية Heuristic problem solving: يتمثل في تقييم مجموعة صغيرة من الحلول وقد يتضمن بعض التخمين لإيجاد حلول شبه مثالية.
- معالجة اللغة الطبيعية Natural language processing: تمكن من التواصل بين البشر والآلات بلغة طبيعية.
- رؤية الكمبيوتر Computer vision: مما يوفر ميزة القدرة على التعرف على الأشكال والميزات تلقائياً^{١٣}

وعلى الرغم من ذلك يبقى مفهوم استدامة الذكاء الاصطناعي غير واضحاً في الاستراتيجيات الوطنية، ويرتبط الانتشار السريع لتقنيات الذكاء الاصطناعي للقطاع العام مجموعة جديدة من التحديات التنظيمية، لذا بدأ البحث بشكل متزايد في محاولة لحوكمة الذكاء الاصطناعي (Christopher, W., Velden, V.D. and Maja, 2022, 101926)^{١٤}

الاستخدام الأخلاقي لاستدامة الذكاء الاصطناعي في الدراسة الحالية: تتفق الباحثة ورؤية كل من (Larsson, S., et. al., 2019)^{١٥}، (Tsafack Chetsa, G.L. 2021)^{١٦}، لتحديد المصطلح في الدراسة كالتالي: الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي بما يتضمن تحقيق نتائج مفيدة وغير ضار للحياة الإنسانية، ويكون خاضعاً لمبادئ تنظيمية بحيث لا يتعارض مع أهداف التنمية المستدامة، ويساعد في تحقيقها، ويحمي حقوق كل المستخدمين (أصحاب المصلحة / جماهير المنظمة) في حماية الخصوصية والوصول إلى المعلومات.

ميثاق الأخلاقيات Code of Ethics

يشير ميثاق الأخلاقيات /الميثاق الأخلاقي Code of Ethics إلى الأساليب الرئيسية والمبادئ الأساسية التي تحاول المنظمات المهنية من خلالها أن تمارس الاتصال وتفرض الأهداف والالتزامات المهنية على أعضائها (Marion, M., Charles H. Cho, C., 2023, 19)^{١٧}، وتعتمد المنظمات الموثوقة الأخلاقية للعلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي في محاولة لممارسة العلاقات العامة بمهنية تعتمد على تحقيق التوازن بين المصالح والمسؤوليات المتنافسة تجاه العملاء والمجتمع وممارسي العلاقات العامة أنفسهم في القرن الحادي والعشرين (Jackson, M., et. at, 2022, 295)^{١٨}، ويعبر الميثاق

الأخلاقي للذكاء الاصطناعي عن المبادئ التوجيهية الأخلاقية التي تحدد الكيفية والإرشادات التي ينبغي على المنظمة اتباعها في تطوير واستخدام الذكاء الاصطناعي والتقنيات المتصلة به^{١٩}.

ويشير ميثاق الأخلاقيات في الدراسة الحالية إلى الوثائق التي أصدرتها الجهات عينة الدراسة، وتتضمن المبادئ الأساسية للاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي والتقنيات المرتبطة به بصفة عامة، وما يتصل منها بالعلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي بصفة خاصة.

الاتصال الاستراتيجي Strategic Communication

يُعد مفهوم الاتصال الاستراتيجي Strategic Communication مفهوماً غير حديث حيث كان الظهور الأول له في أعقاب الحرب العالمية الثانية، وتم استخدامه كمفهوم بحثي للمرة الأولى في بداية عام ٢٠٠٠، وما يُعد حديثاً هو انتقال مفهوم الاتصال الاستراتيجي من العلوم العسكرية إلى علوم الاتصال، وفي القرن ٢١ اتسع نطاق بحث الاتصال الإستراتيجي على مستوى المجتمع الأكاديمي الدولي (Falkheimer, Jesper, Heide, Mats, 2022. 1,2).

وفقاً لما تشير إليه الاتجاهات الحديثة في أدبيات العلاقات العامة، يمثل الاتصال الاستراتيجي النسخة المحدثة من العلاقات العامة، والكيفية التي تعمل بها اتصالات العلاقات العامة داخلياً وخارجياً، لكسب الثقة وتحقيق التأثير الدائم لدى العاملين، العملاء، أصحاب المصلحة، المنظمات الأخرى والوصول إليهم (ثابت، عادة سيف، ٢٠٢٢، ١٢)^{٢١}.

ويدعم (Hallahan 2015, 246) رأى الباحثة حيث أشار إلى أن المتخصصين أكاديميين وممارسين، يتعاملون مع الاتصال الاستراتيجي (SC) من وجهة نظر تتضمن أربعة أبعاد: SC كعلاقات عامة/اتصال مؤسسي، SC كهيكل لدمج وظائف الاتصال الهادف داخل المنظمات، SC كعملية وجزء لا يتجزأ من الإدارة الإستراتيجية وتؤكد على مستوى كل من المنظمة، والوظائف المعيارية، والعمليات الخطابية، وخدمة المصلحة العامة، SC كإطار مقارنة لفحص العمليات المستخدمة في مختلف الوظائف والتخصصات المهنية^{٢٢}.

واتفقت (Christensen, E., 2022, 539-554) وتلك الرؤية؛ حيث أشارت إلى علاقات وسائل الإعلام internal coms، الاتصالات الداخلية media relation، الشؤون العامة public affairs (Seiffert-Brockmann, J., et. al., 2021.126–143)^{٢٣}، بالإضافة إلى (Gol 2021,45) الذي قدم محتوى الاتصال الاستراتيجي كمرادف للعلاقات العامة^{٢٤}، والجمعية الأمريكية للعلاقات العامة التي عرفت العلاقات العامة على أنها عملية اتصال إستراتيجية تبني علاقات متبادلة المنفعة بين المنظمات وجمهورها (Mensah-Aborampah, M., 2021,7)^{٢٥}، واختلف فريق آخر من الباحثين مع هذه الرؤية، حيث ميزت (Gordeladze, M.,2021,100-141)، بين الاتصال الاستراتيجي والعلاقات العامة، واختصت العلاقات العامة بوظيفة الاتصال داخل المؤسسة^{٢٦}.

وبناء على ذلك لم يعد بإمكاننا النظر إلى الاتصال في المنظمة على أنه اتصال بين اثنين أو أكثر من الفاعلين، ولكن يجب تعريفه على أنه: "عملية مستمره غير متزامنة متعددة الاتجاهات والمعاني/المحتوي لا يمكن للمرء أن يتوقع من يشارك فيها، وبأي طريقة، وماذا ستكون النتائج" (Seiffert-Brockmann, et. al., 2021.126–143) ^{٢٧}، ويدعم تلك الرؤية (Rozanov, A., et, al. 2021, 101) حيث أشاروا إلى أن المدخل الاستراتيجي للاتصال يتجاوز المجموعة التقليدية من الفئات مثل الجماهير المستهدفة والرسائل والمنتجات الإعلامية، ويتحول إلى التأثير على الهياكل الاجتماعية والنفسية للمجتمع، وكذلك على العمليات الأساسية الكامنة وراء المصلحة الوطنية العامة ^{٢٨}.

وتقصد الباحثة بالاتصال الاستراتيجي في الدراسة الحالية: عمليات الاتصال المستمره والمتعدده الاتجاهات والمتكاملة، التي تستخدمها العلاقات العامة للمنظمة؛ واستجابةً للتطورات التكنولوجية الحالية يتم ادماج الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي المستدام والمسئول، ضمن أسس الاتصال الاستراتيجي للمنظمة لتحقيق أهداف الخطط الاتصالية على المستويين الداخلي والخارجي.

الدراسات السابقة

الراصد للتراث العلمي في مجال العلاقات العامة يلحظ ندرة شديدة في الدراسات التي تناولت التطوير المؤسسي الأخلاقي بصفة عامة، وفي مجال استدامة الذكاء الاصطناعي في نطاق الاتصال الاستراتيجي للعلاقات العامة بصفة خاصة؛ وعلى مستوى كل من الدراسات العربية والأجنبية بشقيها الكمي والنوعي. فيما يلي تعرض الباحثة لقضية الدراسة في التراث العلمي، وفقاً للتصنيف الموضوعي وذلك على النحو التالي:

١- دراسات تناولت استخدام الذكاء الاصطناعي في الاتصال الاستراتيجي للعلاقات العامة:

تشير عدد من الدراسات إلى الذكاء الاصطناعي كأحد العوامل التي ستغير في مهنة العلاقات العامة، تغييراً لا يقتصر على مستوى الاتصال التنظيمي فحسب؛ بل يمتد إلى مستوى اتصالات المنظمات ككل (Swiatek,L.,Galloway,C., 2023,352) ^{٢٩}، تعرض الباحثة في هذا المحور للأراء الأكاديمية حول مجالات وأساليب استخدام الذكاء الاصطناعي في الاتصال الاستراتيجي للعلاقات العامة، في إطار اتصالات الأزمات، الاتصالات التسويقية للعلامة التجارية، علاقات وسائل الإعلام، الاتصال التنظيمي، إدارة سمعة المنظمة، اتصالات المسؤولية الاجتماعية، وفيما يلي عرض لتلك الدراسات:

حلل (Aguerrebere, P. M., Medina, E., & Pacanowski, T. G. 2023.54-86) استراتيجيات الاتصال المؤسسي والعلامات التجارية الخاصة بالمستشفيات في أمريكا وإنجلترا، ومبادراتها المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في دراسة تحليلية كيفية للدراسات في هذا المجال، بالتطبيق على عينة عمدية من دراسات الاتصال في الفترة من (2013-2022)، اقترح الباحثون عشرة مبادئ اتصالية لمساعدة المستشفيات عينة الدراسة على دمج الذكاء الاصطناعي واتصالات الشركات والعلامات التجارية. كشفت النتائج عن حاجة قسم الاتصال المؤسسي في المستشفيات عينة الدراسة إلى توظيف خبراء في الذكاء الاصطناعي، والاعتماد على حملات اتصال داخلية لشرح التأثير الإيجابي للذكاء

الاصطناعي للعاملين في عمليات المستشفيات، والتركيز على استراتيجيات اتصالية تعتمد على تلبية احتياجات أصحاب المصلحة للمعلومات بدلاً من الترويج الطبي، وإدارة حالات الأزمات مثل الأوبئة وتنفيذ المبادرات^{٣٠}.

كشفت (Alboqami, Hassan. 2023, 103242) عن السمات التي يمكن أن تؤدي إلى تعزيز ثقة العملاء في المؤثرين في الذكاء الاصطناعي trust in AI influencers ، في دراسة نوعية تحليلية مقارنة لمجموعة غير متكافئة (fsQCA)، بالتطبيق على عينة من المستهلكين السعوديين (ن=٦٨٣) المتابعين للمؤثرين في مجال الذكاء الاصطناعي، أشارت النتائج إلى عدم كفاية عامل واحد لتعزيز الثقة في المؤثرين عبر الذكاء الاصطناعي ، وتم استكشاف عدة عوامل هي جاذبية المصدر source attractiveness (جاذبية الشكل، والنوع)، ومصداقية المصدر source credibility (الأصالة والخبرة) والتطابق congruences (بين المؤثر والمنتج والمستهلك) تعمل كمحرك لثقة المستهلكين في مؤثر الذكاء الاصطناعي^{٣١}.

رصدت (ثابت، عادة سيف، ٢٠٢٣، ٦٥٧-٦٩٥) الاتجاهات الحديثة لاستخدامات العلاقات العامة في إدارة الخدمات الحكومية بأدوات الذكاء الاصطناعي في دراسة كيفية التطبيق على عينة عمدية من البوابات الإلكترونية الحكومية في إطار نموذج تطبيق الذكاء الاصطناعي في إدارة علاقات العملاء، ونظريتي الاتصال الحواري، والحضور الاجتماعي الآلي، كشفت النتائج استخدام تطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة علاقات العملاء، ومنها تقنية الميتافيرس، إدارة علاقات أصحاب المصالح بالذكاء الاصطناعي، المورد الذكي، وأشارت إلى اهتمام المنظمات محل الدراسة بإطار سياسة الخصوصية في الاتصال مع العملاء، والكشف عن استخدام وسائل التشفير، وبيانات العملاء التي يتم تخزينها/الإفصاح عنها^{٣٢}.

استهدف (Mohamed, K., & Bayraktar, Ü. A. 2022. 23-32) التعرف على دور تقنية Association Rule Mining (ARM) ، لاستخراج البيانات من قبل ممارسي العلاقات العامة في نيوزيلندا، للعثور على مصطلحات متكررة مفيدة في تقييم مجموعة من أنشطة الأعمال المنفذة بالمنظمات والتوصية بها لجذب عملاء المنظمة، في دراسة كمية بالاعتماد على المسح لعينة من جمهور السائحين (ن = ٦٠١) باستخدام الاستبيان على مرحلتين عبر Facebook, Instagram, Gmail، كشفت النتائج أهمية برنامج WEKA لتسهيل ممارسات العلاقات العامة في تحليل البيانات، وأهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي في الحملات المستهدفة وأنشطة الاتصال الإداري للمنظمة^{٣٣}.

ناقش (Jeljeli, R., Farhi, F., Zahra, A. 2023, 256-277) دور العلاقات العامة والذكاء الاصطناعي في إدارة سمعة المنظمة، في دراسة كمية لعينة من العاملين في مؤسسات القطاع المصرفي بالإمارات، وتبنت نموذج الاتصال المتماثل/المتوازن للعلاقات العامة symmetric communication model، كشفت النتائج زيادة تأثير العلاقات العامة على الذكاء الاصطناعي، اتساع نطاق دمج المنظمات عينة الدراسة لأنظمة الذكاء الاصطناعي في أنظمة دعم العملاء، ارتفاع تأثير الذكاء العاطفي على الذكاء الاصطناعي

في مجال الخدمات المصرفية، مما يلفت الانتباه إلى ضرورة دمج الذكاء الاصطناعي في نظام اتصالات العلاقات العامة المتكامل، وزيادة تأثير الذكاء الاصطناعي على إدارة وتحسين سمعة المنظمة، في ظل الاتصال المتماثل كمتغير بسيط، أوصت الدراسة بالدمج بين الذكاء الاصطناعي وممارسات العلاقات العامة والذكاء العاطفي، وأهمية الاعتماد على الاتصال المتوازن في الاتصال الاستراتيجي للعلاقات العامة^{٣٤}.

في ذات الاتجاه سارت دراسة (F.Farhi, R. Jeljeli and A. Belarbi.2022, 1-7) حول دور الذكاء الاصطناعي في تسهيل واستدامة الاتصال التنظيمي في المنظمات، بالتطبيق على عينة عمدية من العاملين في المنظمات العاملة في دولة الإمارات العربية المتحدة (ن=٣٠)، كشفت النتائج أهمية الذكاء الاصطناعي المصحوب بالاتصال ثنائي الاتجاه في إنشاء واستدامة التواصل بين أعضاء المنظمة، شعور العاملين بالثقة في أن أصواتهم يتم مشاركتها وسماعها من قبل الأعضاء الآخرين، خاصة أصحاب المصلحة وواضعي السياسات، مما يشير إلى دور الذكاء الاصطناعي في تيسير وتحسين الاتصالات الرأسية والأفقية داخل المنظمة على مستويات عدة، كشفت النتائج دور الذكاء الاصطناعي في توفير الاتصال في اتجاهين^{٣٥}.

فحص (Cheng, Y., Jiang, H. 2022., 252-294) في دراسة كمية دور جهود تسويق- روبوتات الدردشة المدعومة بالذكاء الاصطناعي (AI) في إقامة علاقات بين العلامات التجارية وعملائها من حيث (الولاء، والتفضيل)، وتدعيم العلاقة بين التسويق بالعلاقات والنوايا السلوكية للمستهلك الرقمي، بالتطبيق على عينة عمدية (١٠٧٢) في أمريكا ممن يستخدموا أنشطة تسويق روبوتات الدردشة، كشفت النتائج عن أهمية وكلاء روبوتات الدردشة CBR chatbot على العلاقات بين العملاء، والعلامة التجارية كعامل وسيط بين جودة الاتصال واستجابة العملاء للجهود الاتصالية للمنظمة كمكونات مهمة في التعليم الطبي المستمر^{٣٦}.

ناقشت (Sharma, Richa. 2022, 162-174) كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في اتصالات المسؤولية الاجتماعية للمنظمات لتحسين رضا العملاء، في دراسة تحليلية بالتطبيق على عينة متاحة من المصادر الثانوية تمثلت في الأوراق البحثية والكتب المفاهيمية ومواقع الويب لاستكشاف المفهوم، واقرحت الدراسة نموذجاً لتحسين رضا العملاء باستخدام الذكاء الاصطناعي، كشفت النتائج عن استخدام العديد من الشركات الذكاء الاصطناعي ضمن خطط الاتصال استراتيجي للمنظمة لتعزيز كفاءة المسؤولية الاجتماعية لتوسيع نطاق تحسين رضا العملاء، وأشارت إلى روبوت المحادثة، والمساعد الافتراضي، التعرف على الوجه، وتحليل المشاعر كأبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي في هذا النطاق^{٣٧}.

في ذات الاتجاه رصد (Seiffert-Brockmann, Jens, 2021, 126-143) إدارة المحتوى في الاتصال الاستراتيجي للمنظمة، في دراسة ميدانية باستخدام المقابلة شبه المنظمة لعينة عمدية من الخبراء (ن=٣٢) مديري العمليات المتخصصين في الاتصال بمنظمات هادفة للربح في ألمانيا والنمسا (ن=١٣)، كشفت النتائج الخاصة بالاتصال

الاستراتيجي أهمية مديري المحتوى الأكفاء- خاصة المستقلين-كخبراء يقومون برواية القصص الشاملة والجماعية التي تصل إلى ما هو أبعد من قسم الاتصال، لأصحاب المصلحة المعنيين، ومن جهة أخرى أشارت النتائج إلى تطبيق مفاهيم الرشاقة في أقسام الاتصال، والتي تعتمد على المحتوى ولا تعتمد على التخصص في الأقسام ويرتبط ذلك بمصطلح المنظمة الرشيقة The agile organization^{٣٨}.

اختبرت (Mensah-Aborampah, Mabel.2021,19-29) أثر استخدام المنظمات للاتصال التفاعلي عبر الإنترنت في مواجهة التكنولوجيا لتحقيق نجاح نتائج الاتصال التنظيمي الشامل من خلال العلاقات العامة، في دراسة كمية بالاعتماد على الاستقصاء لعينة عمدية من العملاء(ن=٥٠) الذين تعاملوا بشكل مباشر مع البنوك(ن=٢) في غانا، كشفت النتائج أهمية الخدمات التفاعلية في تحقيق رضا العملاء، أهمية التحسينات في الخدمات المصرفية الرقمية والتكنولوجيا الجديدة مثل الذكاء الاصطناعي(AI) في تحقيق نتائج العلاقات العامة، وأهمية المساعد الافتراضي الآلي في تقديم تجربة أكثر تخصيصاً للعملاء^{٣٩}.

استهدف (Rizqiyah, et. Al. 2021,236-248) التعرف على العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وعلاقات وسائل الإعلام للمنظمة، عبر دراسة تحليلية لأبيات العلاقات العامة في الفترة من ٢٠٠٨-٢٠١٩، كشفت النتائج عن تنفيذ ممارسي العلاقات العامة لاتصالات علاقات وسائل الإعلام في العصر الرقمي من خلال استخدام الوسائط الرقمية مثل منصات التواصل الاجتماعي والموقع الإلكتروني للمنظمة، ودور منصات التواصل الاجتماعي في تيسير القيام بأعمال العلاقات العامة مثل نشر المعلومات ونقلها إلى عملاء المنظمة، أشارت النتائج إلى أهمية دور العلاقات الإعلامية في العصر الرقمي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تدمج مختلف التطبيقات والوظائف والمحتوى لإنتاج الوسائط الرقمية، بهدف التأثير الفعال على التفاعل بين العملاء ومنها: البيانات، وقوة الحوسبة، والاتصال عبر الشبكات اللاسلكية، التحليلات باستخدام الذكاء الاصطناعي، التفاعل بين الإنسان والآلة وحلول الواقع المعزز، التحول الرقمي^{٤٠}.

حلل (Roazanov, A., et, al. 2021.97-112) استراتيجيات الاتصال المستخدمة في الأزمات وتأثيرها على الاقتصاد الرقمي وسلوك المستهلك بالتطبيق على أزمة كوفيد ١٩ في روسيا، في دراسة كيفية تحليلية مقارنة بالاعتماد على التحليل التاريخي historical analysis والمراجع، كشفت النتائج عن أهمية مدخل الاتصال الاستراتيجي في التخطيط لاتصالات الأزمات في ظل الاقتصاد الرقمي، أهمية تطبيق أوسع للرقمنة في الاتصال التنظيمي وأنظمة الإدارة والاستراتيجيات الاتصالية التي تستهدف المستهلك الرقمي^{٤١}، وأيد ذلك دراسة (بوقرة، وهمال ٢٠٢٠، ٩١١-٩٤٠) حول علاقة العلاقات العامة الذكية بإدارة صورة المنظمة في عصر الرقمنة، كشفت النتائج عن أهمية الاتصالات التفاعلية مع الجماهير في إدارة صورة المنظمة، وأن تتضمن العلاقات العامة الذكية حسابات المجتمعات الافتراضية، وما يتعلق بمواقع استطلاع الرأي العام الرقمية وجمع بيانات المستخدمين عبر محركات البحث، والمواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام^{٤٢}.

وفي ذات الاتجاه سارت دراسة (Hou, Jenny Zhengye. 2019.92-94) التي تناولت العلاقة بين العلاقات العامة وعلاقات وسائل الإعلام للمنظمة، في دراسة استكشافية بالاعتماد على المقابلة المتعمقة لعينة عمدية من ممارسي العلاقات العامة (ن = ١٢) والصحفيين (ن = ١٢) في استراليا، للتعرف على مدى التغير في طبيعة العلاقات الإعلامية بسبب الأخبار الكاذبة، كشفت النتائج عن أربعة أنماط لعلاقات وسائل الإعلام والعلاقات العامة للمنظمة، أولاً فقدان الثقة بسبب تفضيل المنظمة للاتصال بجماهيرها عبر منصات التواصل الاجتماعي، دون اللجوء إلى مرشحات الوسائل التقليدية traditional media filter، ثانياً بناء الثقة بين المهنيين مشروطاً بتوافق العلاقات الشخصية إيجابية والأهداف المهنية، ثالثاً بيئة الأخبار المزيفة تخلق فرصاً جديدة لبناء الثقة والتعاون المتعمد بين المهنيين ومحاربة الأخبار الوهمية التي قد تنشأ من موقع clickbait، ومنصات التواصل الاجتماعي، تبنت الدراسة نموذج "ماسلو الهرمي" لوصف خمسة مستويات للعلاقة المثالية للعلاقات العامة بالصحافة ووسائل الإعلام: الاحترام، الزمالة، الثقة، الشراكة، الاعتماد على الذات، مما يجعل العلاقات العامة والصحافة تتقاطع والمصلحة العامة والمجتمع المدني بطرق متنوعة^{٤٣}.

٢-دراسات تناولت الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي

ارتبط تطبيق أدوات وتقنيات وحلول الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة بالعديد من الجوانب الأخلاقية التي من أبرزها خصوصية بيانات العملاء التي يستخدمها الذكاء الاصطناعي في التقسيم والاستهداف والتخصيص وخدمة العملاء (Ferm, L. E. C., & Quach, S. 2023,2)؛ اتفقت رؤى الباحثين في هذا المحور حول البعد الأخلاقي لتطبيق الذكاء الاصطناعي المستدام في الاتصال الاستراتيجي للعلاقات العامة، على عدد من القضايا الأخلاقية؛ منها على سبيل المثال وليس الحصر: الأخبار الزائفة وإنتاج الآلة للمحتوى الوهمي، وطمس الأدوار بين البشر والآلات، حاجة الحكومات إلى مراجعة التشريعات القائمة لضمان الإشراف المناسب على نشر المحتوى، والتحديات الرقمية التي تواجه القائمين على الاتصال نتيجة لرقمنة الاتصال، وتحديات معالجة البيانات الضخمة Big Data واستخدامها، لتنميط عادات العملاء وتفاعلاتهم وتفضيلاتهم وأخلاقيات تخزين بيانات العملاء، كما لفتت بعض الدراسات الانتباه إلى ضرورة الوصول إلى تشريعات وتنظيمات قانونية تحكم خصوصية البيانات وحقوق كل من المستهلكين والمؤثرين وأصحاب المصالح والمنظمات، ويمكن توضيح ذلك على النحو التالي:

حلل (Jones, P. and Wynn, M. G. 2023,50-88) أساليب/تعامل كبرى شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مع الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي (ن=٤)، في دراسة كيفية التطبيق على شركات Accenture, Google, Microsoft, IBM، بالإضافة إلى تحليل الدراسات من المستوى الثاني (ن=٨٠ دراسة)، والمواد والوثائق الخاصة بالنشر المسؤول للذكاء الاصطناعي لـ AI posted، ومبادئ استخدام الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسة ومع قاعدة عملاء المنظمة، كشفت النتائج اختلاف المنظمات في القضايا المثارة حول الاستخدام المسؤول/الأخلاقي للذكاء الاصطناعي،

واتفاقها في التأكيد على فوائد التقنيات المتقدمة للذكاء الاصطناعي لتمكين العملاء الحاليين والمستقبليين، والعمل من أجل الصالح العام لدفع الابتكار، وصنع القرار decision making، والخدمة الفائقة للعملاء Superior Customer Services^{٤٥}.

في ذات السياق رصد (Lu, Q., et.al. 2023,1-10) أنماط استخدام الذكاء الاصطناعي المسئول بالتطبيق على روبوت الدردشة وChatGPT3، واستهدفت الدراسة تحديد كيفية تطبيق الاستخدام المسئول للذكاء الاصطناعي خلال مراحل تصميم وتشغيل روبوت الدردشة ومعوقة، في دراسة حالة بالتطبيق على الخدمات الاقتصادية لشركة IBM Watson، أشارت النتائج إلى إمكانية اختيار مقاييس مختلفة لأخلاقيات الذكاء الاصطناعي في المحادثة، واشترطت النتائج أن يجيب برنامج الدردشة الآلي على الأسئلة الصحيحة، وبالطريقة الصحيحة، ومن ثم يمكن القياس سواء كانت هناك أية مشكلات أخلاقية في الأسئلة من المستخدمين والردود التي تم إنشاؤها بواسطة Chatbot، وما إذا كان هناك أي تحيز في نتائج تعليقات المستخدم^{٤٦}.

ناقشت (Illia, L., Colleoni, E. and Zyglidopoulos, 201-210) S.2023، أخلاقيات الاتصال بين أصحاب المصلحة والمنظمة باستخدام نظام وكيل الكتابة بالذكاء الاصطناعي، في دراسة كيفية التطبيق على عينة عمدية من أصحاب المصالح، والنصوص المنشأة من وكلاء الذكاء الاصطناعي للتعبير عن الاتصال بين أصحاب المصلحة Stakeholders بإحدى المؤسسات الأوروبية، لفتت النتائج إلى القضايا الأخلاقية المتعلقة بطمس الأدوار بين البشر والآلات في إنتاج المحتوى في بيئة منظمات الأعمال، كما أشارت النتائج إلى ثلاثة تحديات جديدة لوكلاء نصوص الذكاء الاصطناعي هي: التلاعب الآلي الجماعي والمعلومات المضللة/المزيفة (مشكلة جدول الأعمال)، والإنتاج الضخم منخفض الجودة للمحتوى (أي مشكلة المقام الأدنى) وإنشاء حاجز متزايد في التواصل بين أصحاب المصلحة (أي مشكلة الوساطة)، دعت الدراسة إلى إجراء المزيد من الأبحاث في أنواع مختلفة من النصوص التي تم إنشاؤها بواسطة وكلاء الذكاء الاصطناعي قبل وضع أي قواعد عالمية حول الاستخدام المناسب، إضافة إلى حاجة وسائل التواصل الاجتماعي إلى تطوير سياسات الاستخدام المقبولة لمثل هذه البرامج، بينما تحتاج الحكومات إلى مراجعة التشريعات القائمة لضمان الإشراف المناسب على نشر المحتوى المصنوع من خلال وكلاء الذكاء الاصطناعي^{٤٧}.

اختبرت (Economou, E., Luck, E., and Bartlett, J.2023.103-119) كيفية تأثير القوى المؤسسية على استخدام البيانات الضخمة Big-Data في توجيه الاستراتيجية الاتصالية للمنظمة، في دراسة نوعية استكشافية بالاعتماد على المقابلة المتعمقة للقائمين بالاتصال في المؤسسات الاستراتيجية، باستخدام النظرية المؤسسية الجديدة، كشفت النتائج عن حاجة القائمين بالاتصال في المنظمة إلى تعلم المزيد حول أدوات تحليل البيانات الضخمة، ودور المديرين وصناع القرار في تحديد مدى فائدة ذلك في مقابل الآثار غير المرغوب فيها على المستوى الأخلاقي، والتحديات الرقمية التي تواجه مخططي الاتصال في المنظمة نتيجة لرقمنة الاتصال، كما لفتت البيانات إلى تأثير المتخصصين في الاتصال في المنظمة بالقوى المؤسسية القسرية التي حددتها الدراسة في لوائح خصوصية البيانات

الغامضة، والقوى المعيارية للمخاوف والتحديات الأخلاقية، وقوى المحاكاة التي تحدد الأساليب المشتركة وتنفيذ تقنيات الاتصالات الرقمية مثل تحليل البيانات^{٤٨}.

رصد (Bronakowski, M., Al-khassaweneh, M., and Al Bataineh, M., 2023, 2-14) تقنيات الذكاء الاصطناعي في البرامج الضارة، لكشف طريقة لتحديد عناوين clickbait باستخدام تقنيات التحليل الدلالي والتعلم الآلي بأمريكا، من خلال تحليل العناوين بمواقع إخبارية (ن=٣٢٠٠٠ عنواناً)، مواقع تضمنت clickbait (ن=٦ مواقع) (ن=١٥٩٩٩ clickbait)، والعناوين الرئيسية التي لا تحتوي على موقع clickbait من مواقع إخبارية موثوقة (ن=٤)؛ توصلت النتائج إلى أفضل النماذج بدقة ٩٨٪ في تصنيف عناوين clickbait، بالإضافة إلى المخترقين للعناوين المضللة المصممة لجذب الانتباه وحث المستخدمين للنقر على الرابط، يمكن أن تعمل النماذج المقترحة كقالب لتطوير تطبيقات عملية لاكتشاف عناوين clickbait تلقائياً، وحماية المستخدمين من الاحتيال الإلكتروني القائم على تقنيات الذكاء الاصطناعي^{٤٩}.

حللت (Bélisle-Pipon, JC., Monteferrante, E., Roy, MC. et al., 2022, 103-119) في دراسة كمية بالاعتماد على أداة تحليل المحتوى عينة عمدية من الوثائق (ن=٤٧)، كشفت النتائج أن الوثائق التي تتضمن مشاركة أصحاب المصلحة تطور إرشادات أخلاقية Ethical Guidance أكثر شمولاً مع إمكانية تطبيق أكبر، وانخفاض إشراك القطاع الخاص لأصحاب المصلحة في تطوير الإرشادات الأخلاقية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، كما أشارت النتائج عدم اقتصر تحديات الذكاء الاصطناعي في المنظمة على التوجهات الأخلاقية بل أيضاً التطبيق والممارسة، وفتت النتائج إلى دور المشاركة النشطة لأصحاب المصلحة المتنوعين والمستقلين والجديرين بالثقة في تطوير الإرشادات الأخلاقية؛ في حين أن معظم هذه الوثائق تعتبر العملاء والصالح العام أمراً أساسياً في أهدافهم. توقعت الدراسة انتقال أخلاقيات الذكاء الاصطناعي من مجرد إعلان للمبادئ العامة إلى إرشادات أكثر إستدامة وشمولية وعملية^{٥٠}.

استكشفت (Nuss.O. E. 2022, 1-68) فهم مستقبل تطبيق تشريع "NIL- Name- Image-Likeness) من حيث صلته بوسائل الإعلام الناشئة واهتمامات الخصوصية للطلاب الرياضيين من أجل فهم أفضل للتسويق المؤثر والتأثير الذي سيحدثه التشريع الجديد على صفقات العلامات التجارية للطلاب الرياضيين. من خلال سلسلة من المقابلات شبه المنظمة والمتعمقة، بالاعتماد على نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين، شملت الدراسة اللاعبين الرئيسيين key players، الأساليب، الاستراتيجيات، والعلامات التجارية للاعبين الرياضيين والعلامات التجارية والجامعات، كشفت النتائج عن التقاطع بين القانون ونظريات الاتصال المتعلقة بقدرة الطالب الرياضي على الحصول على تعويض بناءً على اسمه وصورته ومثاله، والأثر الذي سيحدثه التشريع الجديد على صفقات العلامات التجارية للطلاب الرياضيين^{٥١}.

فحص (Johnson, G., Runge, J. and Seufert, E. 2022, 49-54) مستقبل الخصوصية للإعلان الرقمي، عبر دراسة كيفية التطبيق على شركتي Google,

Apple. كشفت نتائج مستقبل الخصوصية في الإعلان الرقمي عن توقف استخدام التقنيات القديمة لحماية الخصوصية، وأن تقود Apple و Google هذه الحركة من خلال التوقف عن استخدام التقنيات القديمة وبناء المزيد من البدائل التي تركز على الخصوصية - Privacy-centric changes، وتأثير ذلك على استراتيجية الإعلان والاستهداف والقياس، وتوقعت الدراسة أن تصبح الإعلانات الرقمية أكثر خصوصية، وفي هذا السياق أشار الباحثين إلى مصطلح الإعلان المرتكز على الخصوصية privacy-centric advertising، كما لفتت النتائج إلى الضغوط التنظيمية التي تدعم تلك التغييرات، والحاجة إلى إدارة تكرار الإعلان، مما سيدفع بالمعلنين إلى تغيير إدارة التردد عبر المواقع. أوصت الدراسة أن يتكيف كل من الأكاديميين والممارسين في مجال التسويق مع هذا الواقع الجديد^{٥٢}.

أشار (Roth-Cohen, Avidar 2021, 102154) إلى دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في استخدام المتخصصين في العلاقات العامة للبيانات الضخمة Big Data ومعالجتها، لتنميط عادات العملاء وتفاعلاتهم وتفضيلاتهم، والاعتماد على ذلك في تنمية علاقات المتعاملين مع المنظمات وتصنيفهم عبر بناء رسائل تلائم سماتهم الشخصية وأنماطهم الحياتية وسلوكهم، وربطت نتائج الدراسة بين ذلك وتحديات أخلاقيات تخزين بيانات العملاء^{٥٣}.

حددت (Yosyali.2021, 680-691) في المسح الذي أجرته لدراسات الاتصال والذكاء الاصطناعي، مجالات تركيز بحوث الاتصال والذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار تلقائياً في الصحافة، معالجة اللغة الطبيعية، التفاعل بين الإنسان والروبوت، روبوتات إدارة منصات الإعلام الاجتماعي، تحليل المنافسين، مراقبة وسائل الإعلام، التواصل في الأزمان، والعلاقات العامة والإعلان، وأثارت الدراسة قضايا أخلاقية تمثلت في الأخبار الزائفة وإنتاج الآلة للمحتوى الوهمي^{٥٤}، ودعم ذلك نتائج دراسة الحالة التي أجراها (Ibiricu, Van der Made 2020, 395-414) حول العلاقة بين الأخلاقيات والتصميم في العصر الرقمي، كشفت النتائج عن التحديات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة عند استخدام الذكاء الاصطناعي في تخزين بيانات مستخدمي المنصات الرقمية خاصة الشبكات الاجتماعية، والاستفادة من البيانات، وتعارض ذلك مع الحق في الخصوصية، وفتت النتائج إلى سيطرة المنظمات على جماعات المصالح نظراً لنقص الموارد والسلطة في العلاقات الرقمية، مما يقلل قدرتهم على التحكم في خصوصية بياناتهم الشخصية ويتعرضون لفقد العلاقات مع المنظمة. أوصت الدراسة بتوافق إطار العمل الأخلاقي للمنظمات مع تشريعات الاتحاد الأوروبي^{٥٥}.

رصد (Bokovnya. 2020, 1054-1057) الجرائم المُرجح ارتكابها من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي، عبر دراسة تحليلية مقارنة للوثائق والقانون الجنائي الروسي، واستبعدت نتائج الدراسة أن يتسبب الذكاء الاصطناعي في جرائم ضارة بالعلاقات العامة، على الرغم من ذلك لم يتم استبعاد الجرائم الخاصة بالذكاء الاصطناعي، أوصت الدراسة بتطوير القانون الجنائي بأحكام متطورة علمياً؛ وكشفت عن مشاكل تنظيم القانوني الجنائي، من حيث استحالة تجريم الأفعال التي يرتكبها الذكاء الاصطناعي والمعاقبه عليها^{٥٦}.

وفي ذات الاتجاه سارت دراسة (Lipchanskaya, Otstavnova, 2020.182-187) حول الذكاء الاصطناعي كهدف للعلاقات الدستورية، واستهدفت الدراسة تحليل الوثائق القانونية والدستور الروسي والوثائق الاستراتيجية للاتحاد الروسي المتعلقة بتطوير الاقتصاد الرقمي والذكاء الاصطناعي، أظهرت النتائج فجوة في التنظيم القانوني للعلاقات العامة في مجال القانون الجنائي والذكاء الاصطناعي^٧.

٣- دراسات تناولت إستدامة الذكاء الاصطناعي والاتصال الاستراتيجي للعلاقات العامة

حلل (Said, F., Zainal, D., & Abdul Jalil, A. 2023.1-20) تأثير تحليل البيانات الضخمة (BDAC) على الإفصاح عن تقارير الاستدامة على Facebook (SRDF) والتأثير المعتدل لنبرة النص من خلال تحليل محتوى التقارير المنشورة عبر Facebook لعام ٢٠١٩ من ١٠٠ شركة ماليزية في دراسة كمية بالاعتماد على الاستقصاء وتحليل المحتوى، وبرنامج DICTION الآلي للحصول على درجات للنبرة في النصوص وسمات (اليقين Certainty، والتفاؤل Optimism، والنشاط Activity، والقواسم المشتركة Commonality، والواقعية Realism)، لفتت النتائج إلى أهمية نبرة اليقين، في تعزيز تقارير الاستدامة على وسائل التواصل الاجتماعي من منظور نظرية القدرات الديناميكية^٨.

فحص (Maspu, K. A. 2021. 14-30)، في دراسة كمية وكيفية بالاعتماد على الاستقصاء والملاحظة لعينة عمدية من البائعين (ن=١٧) وعملائهم (ن=١٧) في دولة الإمارات، العلاقة بين استخدام نظم الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأغذية والاستدامة، أظهرت النتائج رضا العملاء عن نظام Cropster القائم على الذكاء الاصطناعي لدعمه الاستدامة من خلال لتقليل البصمة الكربونية، واستخدام موارد أقل، وتقليل النفايات^٩.

في إطار أهداف الدراسة اعتمدت الباحثة في تحليل واستخلاص النتائج على نظرية تحليل الأطر، ويمكن توضيح أسسها النظرية على النحو التالي:

نظرية تحليل الأطر Framing Analysis Theory

تم مناقشة التأطير كفكرة منذ عام ١٩٢٨ وارتبطت لدى Thomas في ذلك الوقت بواقع المواقف الاجتماعية وتفسيراته، وفي عام ١٩٦٢ استخدم William James فكرة التأطير للإشارة إلى العالم المحتمل وربطها Schutz بالدلالات الرسمية للألفاظ formal semantics، ثم أشار Irving Goffman إلى مصطلح الإطار-Frame في كتابه "تحليل الأطر" عام ١٩٧٤، ليقدم Goffman أمثلة متعددة حول كيفية تفسير اللغة والأحداث في العالم الحقيقي بطرق مختلفة اعتماداً على "المفاتيح Keys" أو "التأطير Framing"، لذا يتم النظر إلى الإطار كمخطط تفسير interpretation schema للواقع الاجتماعي.

كما يشير "الإطار" إلى الهياكل الدلالية التي تحدد "المعنى العالمي" أو "الموضوعات" للخطاب أو النص، وعادة ما يتم التعبير عن هذه الهياكل المفاهيمية في

العناوين الرئيسية، العملاء المتوقعين، الاستنتاجات، والجمل الموضوعية، والكلمات الرئيسية، الترتيب التسلسلي، الموقع، التكرار؛ لذا يسهم التأطير في بناء الإدراك وتشكيل استنتاجات المتلقي حول القضايا (Dijk, T., A., V. 2023, 165, 171).

وأوضح (Entman, 1983) أن التأطير هو اختيار أجزاء معينة من واقع مرئي وجعلها بارزة في نص متصل بطريقة تشجع على وصف قضية معينة، والتفسير السببي، والحكم الأخلاقي، وأسلوب العلاج؛ لذا يقوم الإطار بالتشخيص والتقييم والتوصية (Gamson, 1992)، ويتم تحديد المشكلات من خلال تحديد ما يفعله العامل المسبب، إلى جانب التكاليف والفوائد (Hallahan, 1999)، كما يتم التقييم عادةً في سياق القيم الثقافية مما يمكن أن يساعد في تكوين الأحكام الأخلاقية بناءً على سببية التفسير والتقييم الأخلاقي^{٦١}.

كما عرف Goffman الإطار بأنه "مبادئ التنظيم التي تحكم الأحداث - على الأقل الاجتماعية - وانخراطنا الشخصي فيها"، وحدد Fillmore & Goffman ثلاثة مستويات من التأطير هي تأطير اللغة، الفكر، الاتصال ليشمل التأطير ثلاثة مستويات هي التأطير الدلالي semantic framing التأطير المعرفي cognitive framing، communicative framing التأطير الاتصالي^{٦٢}، كما ميز Scheufele ١٩٩٩ بين الأطر الإعلامية التي تستخدمها وسائل الإعلام والتي أشار إليها Goffman مسبقاً، وأطر المتلقي التي ينشأها الجمهور المستهدف.

تم تطبيق النظرية في الدراسة الحالية في نطاق التأطير المؤسسي للاتصال الاستراتيجي في العلاقات العامة الذي يتضمن كيفية مشاركة العلاقات العامة في بناء الرسائل الاتصالية والمعاني التي تهدف إلى التأثير على الجماهير الرئيسية المهمة للمنظمة (Hallahan, K., 1999, 205)، وفي ظل المعايير الأخلاقية التي تحكم وتوجه السلوك التنظيمي فيها.

مشكلة الدراسة

مع الانتشار السريع لتقنيات الذكاء الاصطناعي واستخداماته، أصبحت طرق تنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي بصفة عامة، ومع العملاء أو المستخدمين النهائيين بصفة خاصة، من القضايا التنظيمية الأكثر إلحاحاً لدى المنظمات، وقد أظهر المسح المنظم لعدد من البوابات الإلكترونية لعينة من المنظمات الدولية والمحلية، إصدار العديد من الحكومات والمنظمات الدولية والعربية موثيقاً توجيهية وإرشادات تستهدف تنظيم وتعزيز الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي ليعمل في إطار مسئول، يعزز الاستدامة البيئية وحقوق المستخدمين وأصحاب المصلحة، مما لفت انتباه الباحثة إلى ضرورة إجراء دراسة علمية في نطاق العلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي، لكشف الغموض حول نصوص البنود والمبادئ التي اعتمدت عليها الوثائق الصادرة لتنظيم وتعزيز الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي في المنظمات، وأولوياتها ومحاولة رصد أساليب التأطير المؤسسي التي اعتمدت تلك المنظمات لتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل مسئول يدعم الاستدامة ويحفظ حقوق المستخدمين وخصوصيتهم عند تنفيذ الاتصال الاستراتيجي للمنظمة مع

الجماهير الداخلية والخارجية؛ وبذلك تحدد موضوع الدراسة في: "تعزيز الاستخدام الأخلاقي لاستدامة الذكاء الاصطناعي للعلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي".

أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة فيما يلي:

- 1- تزايد استخدام المنظمات للبيانات الضخمة والتحليلات الرقمية لجعل الاتصالات الرقمية أكثر فعالية (Economou, Emmanuel, Luck, Edwina, and Bartlett, Jennifer.2023. 103)، مما يشير إلى أهمية البحث في أساليب تنظيم الاستخدام الأخلاقي لتلك الأدوات في العلاقات العامة.
- 2- قيام عدد من الوكالات الحكومية والمنظمات بإصدار إرشادات أخلاقية للمنظمة، لتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي المسئول (Nagar, N.2022, 1-72)، مما يسمح بدراسة تلك الوثائق لرصد أنماط التأطير المؤسسي للتنظيم الأخلاقي لاستخدام الذكاء الاصطناعي في اتصالات المنظمات بعملائها.
- 3- توجه المنظمات الدولية للبحث في التقليل من المخاوف والآثار السلبية التي تزامنت وظهور استخدامات الذكاء الاصطناعي (United Nations Conference on Trade and Development.2021,7)، مما يشير إلى ضرورة البحث في أساليب تنظيم أخلاقيات الذكاء الاصطناعي المستدام .
- 4- أوصت الدراسات بتوافق إطار العمل الأخلاقي للمنظمات مع قواعد الاتحاد الأوروبي^{٦٧} (Ibircu, Van der Made 2020, 395-414)، مما يلفت الانتباه إلى ضرورة التعرف على مبادئ ونصوص وأساليب تأطير الذكاء اصطناعي في الميثاق الخاص بالاتحاد الأوروبي .

أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- 1- رصد أطر الاستخدام الأخلاقي لاستدامة الذكاء الاصطناعي للعلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي في الوثائق عينة الدراسة .
- 2- المقارنة بين المنظمات محل الدراسة من حيث مبادئ التأطير المؤسسي للاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي في الاتصال الاستراتيجي للعلاقات العامة في الوثائق عينة الدراسة
- 3- رصد أطر أولويات الجهود الحكومية المبذولة لتعزيز الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي بصفة عامة وفي الاتصال الاستراتيجي للعلاقات العامة بصفة خاصة.
- 4- رصد تحديات الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي المستدام بصفة عامة، وفي العلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي بصفة خاصة.

تساؤلات الدراسة

تبحث الدراسة في الإجابة عن التساؤلات التالية:

- ١- ما هي أساليب تأطير مبادئ الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي في الاتصال الاستراتيجي للعلاقات العامة في الوثائق عينة الدراسة
- ٢- ما أوجه الشبه بين المنظمات محل الدراسة من حيث مبادئ التأطير المؤسسي للاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي للعلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي في الوثائق عينة الدراسة .
- ٣- ما أوجه الاختلاف بين المنظمات محل الدراسة من حيث مبادئ التأطير المؤسسي للاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي للعلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي في الوثائق عينة الدراسة .
- ٤- ما طبيعة الأطر التي تحكم أولويات الجهود الحكومية المبذولة لتعزيز الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي بصفة عامة وفي الاتصال الاستراتيجي للعلاقات العامة بصفة خاصة.
- ٥- ما أبرز تحديات الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي بصفة عامة والعلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي بصفة خاصة.

التصميم المنهجي للدراسة

نوع الدراسة ومنهجها

اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الكمي والكيفي، حيث تم تطبيق منهج المسح الكيفي لتحليل خطاب نصوص الوثائق محل الدراسة، وهو الأكثر ملائمة لخدمة أهداف الدراسة الحالية التي ترصد كافة معايير الاستخدام الأخلاقي لاستدامة الذكاء الاصطناعي في عينة الدراسة، فالدراسات الكيفية من الأساليب البحثية التي توفر البيانات المتعمقة حول الظواهر، في سياق خصوصية المجتمعات التي تجرى فيها الدراسة^{٦٨}، مع الاعتماد على منهج المسح الكمي لحصر التكرارات الدالة على أساليب التأطير المؤسسي للاستخدام الأخلاقي لاستدامة الذكاء الاصطناعي للعلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي في الوثائق عينة الدراسة.

حيث يأخذ التحليل النصي في العلوم الاجتماعية أحياناً نهجاً كمياً، فيتم قياس ميزات النصوص عددياً، ويتم التحقيق في عدد مرات تكرار كلمات معينة، أو الألوان التي تظهر بشكل بارز، وتتضمن بعض الطرق الشائعة لتحليل النصوص في العلوم الاجتماعية تحليل المحتوى، والتحليل الموضوعي، وتحليل الخطاب، حيث يسمح التحليل النصي الكمي والنوعي بتنظيم البيانات النصية على نطاق واسع من خلال الترميز الدقيق (Lichtenstein, et al., 2023, 608)^{٦٩}، كما يُستخدم التحليل النصي التفصيلي بهدف الوصول إلى فهم أفضل للنصوص، حيث يساهم الخطاب من خلال التحليل النصي في تحقيق ثلاثة وظائف: تحديد "الهوية" ممثلاً في الهويات الاجتماعية، الوظيفة "العلاقية" ممثلة

في العلاقات الاجتماعية، الوظيفة "الفكرية" ممثلة في المعرفة والدلالة (بورغنسن، م.، وفيليبس، ل.، ٢٠١٩، ١٣٦، ١٣٥).^{٧٠}

تتنتمي الدراسة إلى الدراسات الاستطلاعية، التي ترصد معايير الاستخدام الأخلاقي لاستدامة الذكاء الاصطناعي وبالتحديد في نطاق الاتصال الاستراتيجي للعلاقات العامة في نصوص الوثائق محل الدراسة، كما تنتمي إلى الدراسات الوصفية المقارنة حيث ترصد الفروق بين الوثائق محل الدراسة من حيث المعايير ومؤشراتها الدالة المستخدمة لتأطير الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي في المنظمة، وتدخل في نطاق الدراسات النقدية التي تسعى إلى تعزيز المعرفة الأكاديمية القائمة وطرح رؤى للبحوث المستقبلية (Biswal, S. K., & Gouda, N. K. 2020).^{٧١}

الأدوات والمقاييس

تبنت الدراسة أداة تحليل خطاب نصوص الوثائق محل الدراسة، حيث يتيح إمكانية القيام بتحليل كمي منظم وكيفي للنصوص محل الدراسة. واعتمدت الباحثة على دليل للتحليل الكيفي تضمن مقياساً لرصد أطر تعزيز الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي في نصوص الوثائق محل الدراسة، بالإضافة إلى الحصر الكمي لتكرارات الأكواد والكلمات الدالة على تلك الأطر؛ تضمن الدليل معايير تأطير الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي في الوثائق محل الدراسة، والمؤشرات الدالة عليها، واستناداً لمراجعة التراث العلمي تمكنت الباحثة من تصنيف تلك المعايير في عشرة محاور تعبر عن الأطر المستخدمة في التحليل، وهي:

١. إطار خصوصية المستخدم وحوكمة البيانات
٢. إطار الاستقلالية والتحكم الذاتي للمستخدم
٣. إطار الذكاء الاصطناعي الموثوق
٤. إطار الشفافية والتفسير للمستخدم
٥. إطار التنوع والعدالة وعدم التمييز بين المستخدمين
٦. إطار حق المستخدم في المساءلة وتدقيق الذكاء الاصطناعي
٧. إطار الوكالة والرقابة البشرية
٨. إطار الاستدامة البيئية والرفاهية المجتمعية
٩. إطار المتانة والسلامة الفنية
١٠. إطار حقوق العاملين والتوظيف

استطاعت الباحثة دمج المعايير والمؤشرات الرئيسية والفرعية الدالة عليها؛ في مقياس تجميعي مقترح من خلال الاطلاع على عدة دراسات منها^{٧٢} (Jobin, A., Ienca, M., (Hallahan, N., (Nagar, N., 2022. 1-72) and Vayena, E. 2019, 289-399)^{٧٤} K., 1999, 205) كالتالي:

**جدول رقم (1): المعايير المقترحة لأطر الاستخدام الأخلاقي
لاستدامة الذكاء الاصطناعي للعلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي**

المؤشرات	الأطر والمعايير
احترام خصوصية المستخدم	إطار حوكمة البيانات وخصوصية المستخدم
جودة ونزاهة البيانات	
الوصول إلى البيانات	
تخزين بيانات المستخدم	
الاستقلالية	إطار الاستقلالية والتحكم الذاتي للمستخدم
تعزيز التحكم الذاتي للمستخدم	
المصادقية	إطار الذكاء الاصطناعي الموثوق
المخاطر والخطط المستقبلية	
السلامة	
التتبع	
الشرح والتفسير	إطار الشفافية والتفسير للمستخدم
الاتصال	
تعزيز الفهم البشري	
تجنب التحيز غير العادل بين المستخدمين	
التصميم الشامل/العالمي	إطار التنوع والعدالة وعدم التمييز بين المستخدمين
إشراك أصحاب المصلحة	
حماية الاختلافات الثقافية للمستخدم	
قابلية المراجعة والفحص	
الإبلاغ عن التأثير السلبي والتقليل منه	إطار حق المستخدم في المساءلة وتدقيق الذكاء الاصطناعي
تعويض المستخدم	
الحقوق الأساسية للمستخدم	إطار الوكالة والرقابة البشرية
الوكالة البشرية	
الرقابة البشرية	
الاستدامة	
الصدقة للبيئة	إطار الاستدامة ورفاهية المجتمع
التأثير الاجتماعي	
الذكاء الاصطناعي المسئول	
الأمن السيبراني ومواجهة الاختراق	
خطة الاستعادة والسلامة العامة	إطار المتانة والسلامة الفنية
الدقة	
الموثوقية/الثبات وقابلية التكرار	
حقوق العاملين	إطار حقوق العاملين والتوظيف
دعم ريادة الأعمال	
فرص العمل	

اختبار الثبات

قامت الباحثة بعد فترة من التحليل بإعادة تحليل نصوص الأدلة عينة الدراسة، وجاءت نسبة الثبات بين التحليلين ٩٧%؛ مما يشير إلى قدر ملائم من ثبات ودقة معايير ومؤشرات وفئات التحليل المستخدمة في المقياس الذي اعتمدت عليه الباحثة.

مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في: الموثيق والأدلة والإرشادات الصادرة عن المنظمات الدولية والعربية لتنظيم عمل الذكاء الاصطناعي بشكل أخلاقي ومستدام لتحقيق الأهداف الاستراتيجية للمنظمة .

عينة الدراسة

العينة الزمنية: تم تحميل الوثائق عينة الدراسة بتاريخ ٢١-٠٣-٢٠٢٣، وامتدت فترة التحليل من ١٥ أبريل ٢٠٢٣: ٢٥ يونيو ٢٠٢٣ .

عينة المادة التحليلية: تم الاعتماد على العينة العمدية لسحب مفردات عينة الدراسة بما يتوافق مع أهدافها، وذلك وفقاً للإجراءات المنهجية التالية:

- مسح منظم للوثائق التي تنظم عمل الذكاء الاصطناعي، ذات البيانات المفتوحة عبر البوابات الإلكترونية الرسمية لعدد من المنظمات الحكومية الدولية والعربية
- اختيار عينة المنظمات التي طرحت موثيق/أدلة/إرشادات تنظيمية للاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي
- تحميل النص من كل موقع من المواقع الرسمية للمنظمات عينة الدراسة، حيث تم نشر مبادئ وإرشادات الوصول المفتوح الخاصة بالذكاء الاصطناعي.
- حصر المبادئ والمواد التي تضمنتها الوثائق، وتمثلت في ٤٤ مبدأ تضمنت ٨٩ مادة .
وبذلك تحددت عينة الدراسة في الوثائق التالية:

■ إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق ETHICS GUIDELINES FOR TRUSTWORTHY AI الصادر عن الاتحاد الأوروبي - لجنة الذكاء الاصطناعي، حيث أوصى بعض الباحثين أن تتوافق أطر أخلاقيات العمل في المنظمات مع قواعد الاتحاد الأوروبي في هذا النطاق (Ibiricu, Van der Made 2020, 395-414).

■ أخلاقيات الذكاء الاصطناعي-الإرشادات والمبادئ التوجيهية الصادر عن وزارة الذكاء الاصطناعي والاقتصاد الرقمي وتطبيقات العمل عن بعد بدولة الإمارات العربية المتحدة، حيث صنّف تقرير المؤشر السنوي للذكاء الاصطناعي دولة الإمارات في الفئة الأعلى لتطور الحكومات الرقمية عبر العالم - مرتفع جداً (VH)-، وفي المركز الأول عالمياً بتحقيقها ١٠٠% في معيار "البنية المؤسسية" الذي يركز على مؤشر

مؤشر الخدمات عبر الإنترنت (OSI)، واستراتيجية الحكومة الرقمية في الهيكل التنظيمي، والقواعد التي تنظم الوصول إلى المعلومات والخصوصية، وسياسة البيانات المفتوحة (8, Aquaro, V., et.al. 2022.)^{٧٦}.

■ الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسؤول الصادر عن المجلس الوطني للذكاء الاصطناعي بجمهورية مصر العربية، فقد حظيت جهود مصر باعتراف عالمي جعلها تقود فرق عمل تعمل على توحيد التوصيات الأخلاقية للذكاء الاصطناعي على المستوى الإقليمي (___، ٢٠٢٣، ١)^{٧٧}.

ويوضح الجدول التالي توصيف عينة الدراسة:

جدول رقم (2): بيانات موائيق الذكاء الاصطناعي (AI) المستخدمة في التحليل النصي

م	عنوان الوثيقة	رابط الوصول للوثيقة	المنظمة	نصوص الوثيقة	
				المبدأ	المواد
١	Ethics Guidelines For Trustworthy AI إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق	https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/ethics-guidelines-trustworthy-ai	الاتحاد الأوروبي	٧	٢٣
٢	الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسنون	https://aicm.ai.gov.eg//ar/Resources/EgyptianCharterForResponsibleAIArabic-v1.0.pdf	مصر	٢٩	٢٩
٣	أخلاقيات الذكاء الاصطناعي- الإرشادات والمبادئ التوجيهية	https://ai.gov.ae/wp-content/uploads/2023/05/MOCAI-AI-Ethics-AR.pdf	الإمارات	٨	٣٧
	الإجمالي	٣	٣	٤٤	٨٩

نتائج الدراسة

تناقش الدراسة الحالية التأطير المؤسسي لمبادئ وإرشادات الذكاء الاصطناعي، حيث تشكل مبادئ وإرشادات موائيق وأدلة الذكاء الاصطناعي توثق لأخلاقيات الذكاء الاصطناعي للمؤسسة بطريقة ناعمة؛ بحيث لا يوجد إلزام قانوني بها، إلا أنها تتسم بالقوة من حيث توضيح مواقف وألويات المنظمات ودورها في المجتمع، فهي وثائق إرشادية للسلوك التنظيمي ومعايير الاتصال الاستراتيجي للمنظمة.

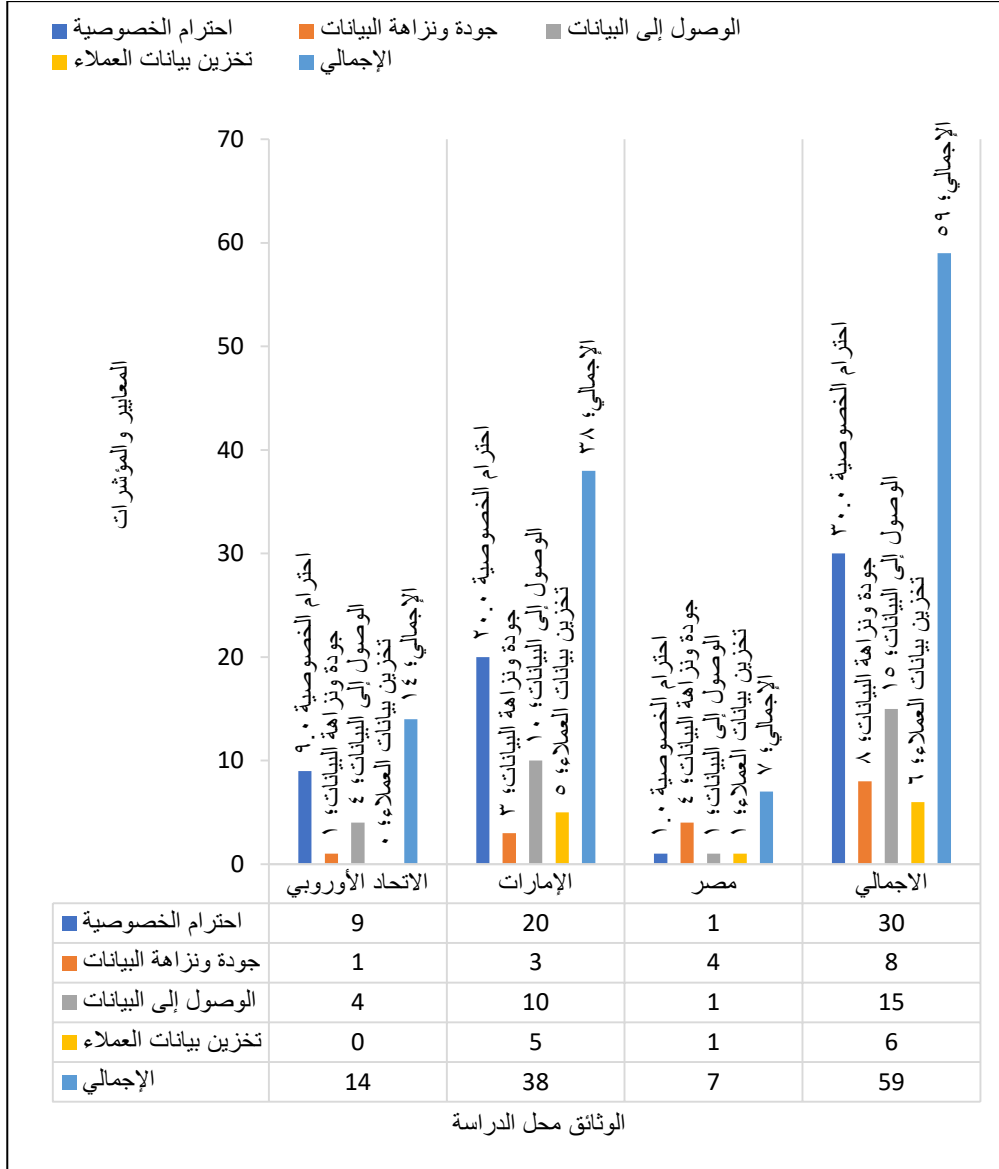
وفيما يلي تُقدم الباحثة نتائج التحليل النصي للمبادئ الأخلاقية للذكاء الاصطناعي بالتركيز على المبادئ المرتبطة بعلاقة المنظمة بالعملاء والاستدامة والمحاسبة، وذلك في

ظل عدة معايير ومؤشرات تم الاستدلال عليها من خلال الأكواد السابق توضيحها، التي تعكس تأطير المنظمات محل الدراسة لأخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق والمسئول؛ في الأطر التالية:

- إطار خصوصية المستخدم وحوكمة البيانات
 - إطار الاستقلالية والتحكم الذاتي للمستخدم
 - إطار الذكاء الاصطناعي الموثوق
 - إطار الشفافية والتفسير للمستخدم
 - إطار التنوع والعدالة وعدم التمييز بين المستخدمين
 - إطار حق المستخدم في المساءلة وتدقيق الذكاء الاصطناعي
 - إطار الوكالة والرقابة البشرية على صنع القرار بواسطة ذكاء اصطناعي
 - إطار الاستدامة ورفاهية المجتمع
 - إطار المتانة والسلامة الفنية
 - إطار حقوق العاملين والتوظيف
- وفيما يلي عرض للنتائج التفصيلية للدراسة:

المحور الأول-نتائج تحليل إطار خصوصية المستخدم وحوكمة البيانات

شكل رقم (١) إطار الخصوصية وحوكمة البيانات في الوثائق عينه الدراسة



أشارت نتائج التحليل النصي للوثائق عينه الدراسة إلى توفر إطار خصوصية المستخدم وحوكمة البيانات في الوثائق عينه الدراسة، وقد حظي هذا الإطار بالأولوية في نصوص ميثاق أخلاقيات الذكاء الاصطناعي-الإرشادات والمبادئ التوجيهية بالإمارات، يليه بفارق ينخفض إلى النصف ميثاق إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق للاتحاد

الأوروبي For Trustworthy AI Ethics Guidelines ، ثم بفارق بلغ النصف توفر هذا المعيار في نصوص الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسئول .

وتم الاستدلال على إطار خصوصية المستخدم وحوكمة البيانات في نصوص ميثاق أخلاقيات الذكاء الاصطناعي-الإرشادات والمبادئ التوجيهية بالإمارات، بتكرار الأكواد: "الخصوصية-حماية الخصوصية-تعزيز الخصوصية-حماية البيانات-جودة البيانات- سلامة البيانات-حوكمة البيانات-الوصول إلى البيانات- برتوكولات الوصول".

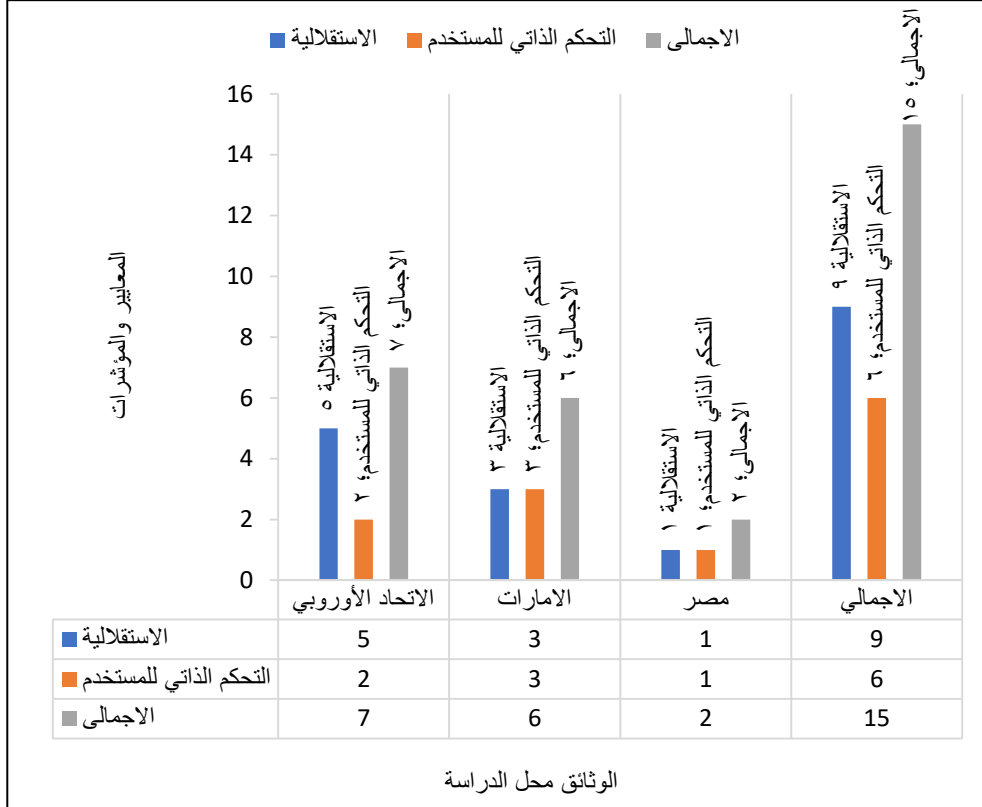
وتم الاستدلال على هذا الإطار في ميثاق إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق للاتحاد الأوروبي For Trustworthy AI Ethics Guidelines بتكرار الأكواد: "Privacy-governance-respect for privacy".

وتم الاستدلال على هذا المعيار في نصوص الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسئول، بتكرار الأكواد: "قوانين حماية المستهلك-البيانات مملوكة- البيانات الشخصية- جودة البيانات".

وبمقارنة نتائج توفر المؤشرات الدالة على إطار خصوصية المستخدم وحوكمة البيانات في الوثائق عينة الدراسة، يوضح الشكل السابق إعطاء أولوية أعلى في عينة الدراسة لمؤشر " احترام الخصوصية"، يليه بفروق واضحة تصل إلى النصف مؤشر " الوصول إلى البيانات"، ثم بتكرارات منخفضة وفروق واضحة مؤشري "جمع البيانات"، " جودة ونزاهة البيانات" في عينة الدراسة.

المحور الثاني- نتائج تحليل إطار الاستقلالية والتحكم الذاتي للمستخدم

شكل رقم (٢): إطار الاستقلالية والتحكم الذاتي للمستخدم في الوثائق عينة الدراسة



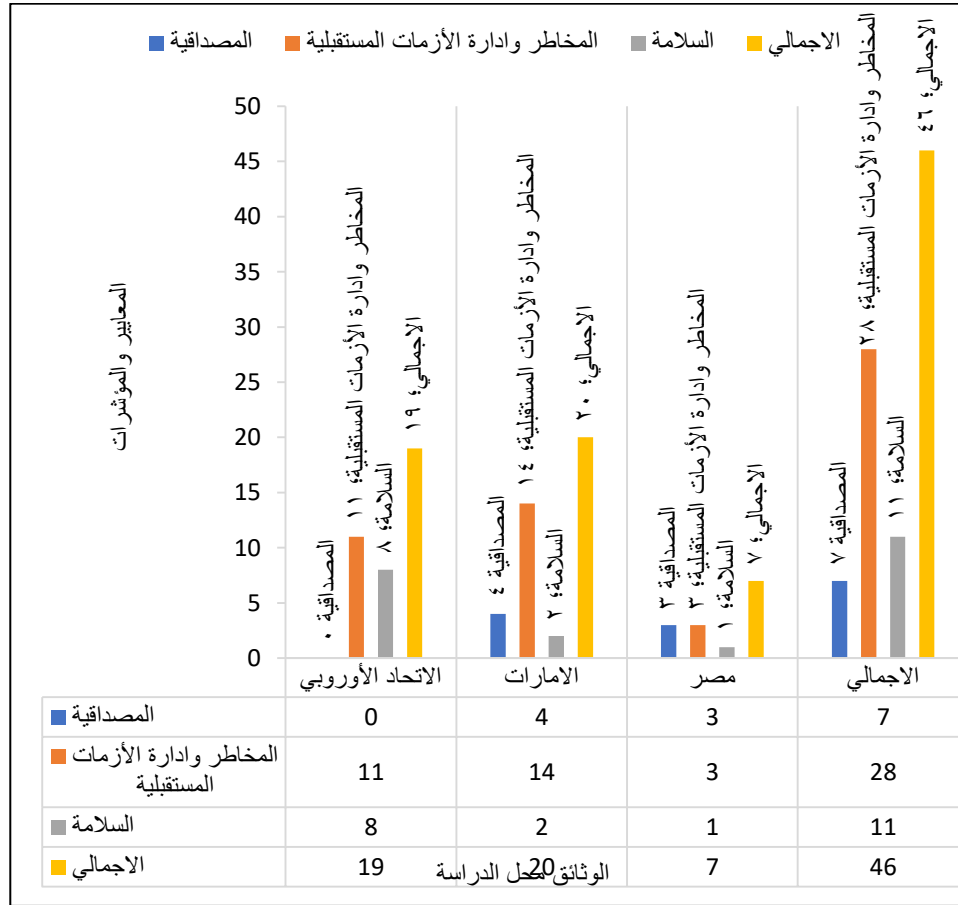
يوضح الشكل السابق توفر إطار الاستقلالية والتحكم الذاتي للمستخدم في الوثائق عينة الدراسة، وحظي هذا المعيار بأولوية أعلى في نصوص ميثاق أخلاقيات الذكاء الاصطناعي-الإرشادات والمبادئ التوجيهية بالإمارات؛ يليه ميثاق إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق للاتحاد الأوروبي For Trustworthy Ethics Guidelines AI، ثم الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسؤول.

وتم الاستدلال على إطار الاستقلالية والتحكم الذاتي للمستخدم في الوثائق عينة الدراسة في نصوص ميثاق الذكاء الاصطناعي الموثوق للاتحاد الأوروبي Ethics For Trustworthy AI Guidelines بتكرارات الأكواد التالية -User autonomy- individual autonomy-User control. وتم الاستدلال على هذا المعيار في نصوص ميثاق أخلاقيات الذكاء الاصطناعي-الإرشادات والمبادئ التوجيهية بالإمارات بتكرارات الأكواد الدالة الأكواد التالية : السيطرة البشرية، التحكم، القدرة على إدارة نفسها. وتم الاستدلال على هذا المعيار في نصوص الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسؤول، بتكرار الأكواد: "القدرات-التحكم".

وبمقارنة نتائج توفر المؤشرات الدالة على إطار خصوصية المستخدم وحوكمة البيانات، في الوثائق عينة الدراسة، توضح بيانات الشكل السابق زيادة اهتمام الوثائق محل الدراسة بمؤشر "الاستقلالية" حيث زاد تكرار المصطلح مقارنة بمؤشر " التحكم الذاتي للمستخدم" في عينة الدراسة.

المحور الثالث- نتائج تحليل إطار الذكاء الاصطناعي الموثوق

شكل رقم (٣): إطار الذكاء الاصطناعي الموثوق في الوثائق عينة الدراسة



أشارت نتائج التحليل النصي للوثائق عينة الدراسة إلى توفر إطار الذكاء الاصطناعي الموثوق في الوثائق عينة الدراسة، وحظي هذا المعيار بأولوية أعلى في نصوص ميثاق أخلاقيات الذكاء الاصطناعي-الإرشادات والمبادئ التوجيهية بالإمارات؛ يليه بفارق طفيف جداً ميثاق إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق للاتحاد الأوروبي Ethics For Trustworthy AI Guidelines، ثم بفارق واضح انخفض إلى الربع تقريباً توفر هذا المعيار في نصوص الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسئول.

وتم الاستدلال علي إطار الذكاء الاصطناعي الموثوق في الوثائق عينة الدراسة في نصوص ميثاق أخلاقيات الذكاء الاصطناعي-الإرشادات والمبادئ التوجيهية بالإمارات بالأكواد التالية: المصادقة من مشغل بشري- جدير بالثقة- بدون مخاطر-حماية المستخدم- مخاطر- معايير السلامة.

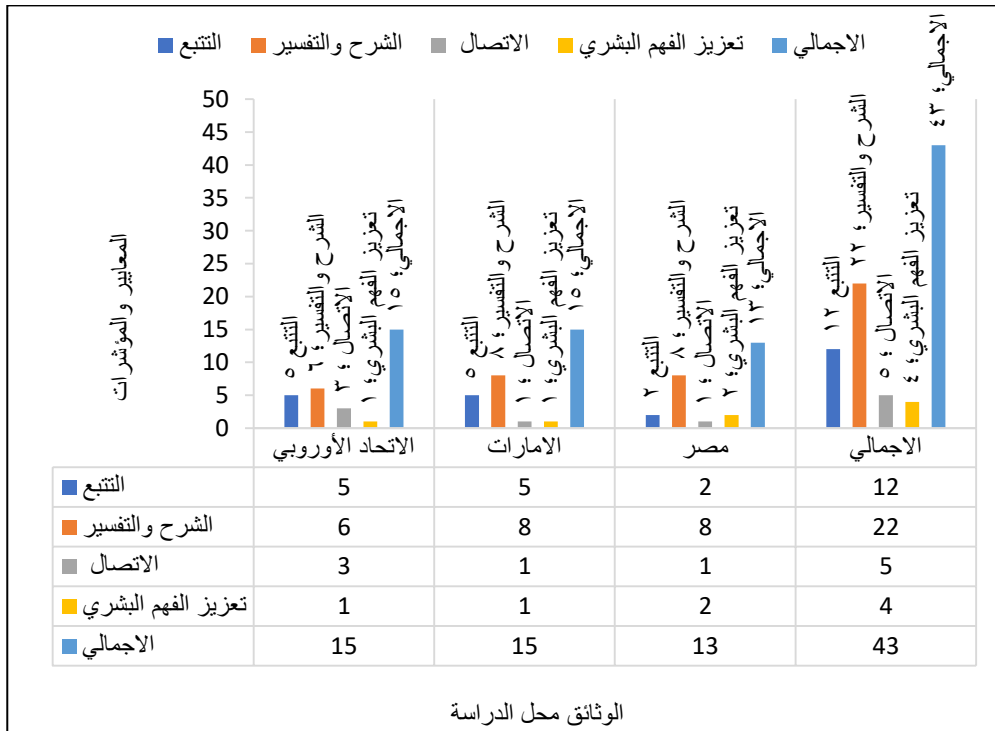
كما تم الاستدلال علي في ميثاق إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق للاتحاد الأوروبي For Trustworthy AI Ethics Guidelines بتكرارات الأكواد التالية: Risk-Protentional risk-Harm-Preventing harm .

كما تم الاستدلال على هذا المعيار في نصوص الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسئول، بالأكواد التالية: مصادقية أنظمة الذكاء - ألا يتضرر المستخدم/شخص- إدارة المخاطر.

بمقارنة نتائج توفر المؤشرات الدالة على إطار الذكاء الاصطناعي الموثوق في الوثائق عينة الدراسة، يتضح زيادة اهتمام الوثائق محل الدراسة بمؤشر " المخاطر وإدارة الأزمات المستقبلية"، يليه بفروق تنخفض إلى أقل من النصف " السلامة"، ثم مؤشر "المصادقية" بفروق واضحة وتكرارات منخفضة في عينة الدراسة.

المحور الرابع- نتائج تحليل إطار الشفافية والتفسير للمستخدم

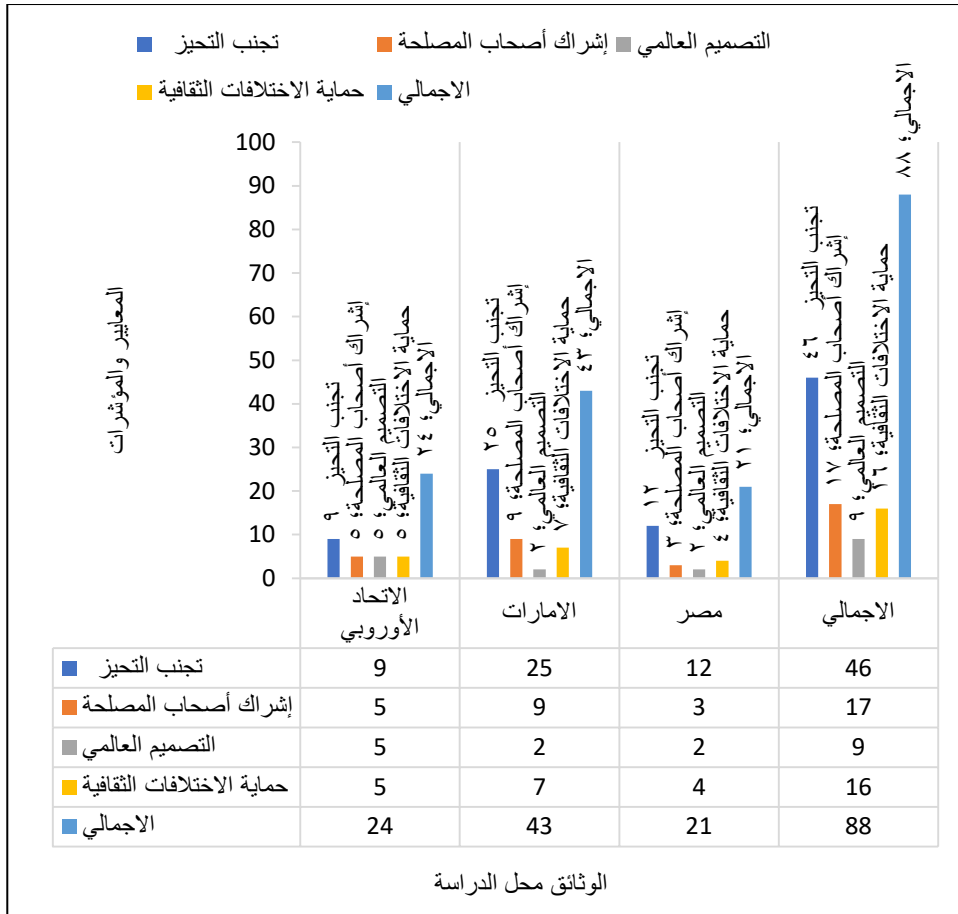
شكل رقم (٤): إطار الشفافية والتفسير للمستخدم في الوثائق عينة الدراسة



أشارت نتائج التحليل النصي للوثائق عينة الدراسة إلى توفر إطار الشفافية والتفسير للمستخدم في الوثائق عينة الدراسة، وتساوت الأولوية التي حظي بها هذا المعيار بمقارنة نصوص الوثائق محل الدراسة.

وتم الاستدلال علي إطار الشفافية والتفسير للمستخدم في في نصوص ميثاق إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق للاتحاد الأوروبي Ethics Guidelines For Trustworthy AI بالأكواد التالية: Track- Tracking- Communication- Human understanding- Explainability، كما تم الاستدلال عليه في نصوص ميثاق أخلاقيات الذكاء الاصطناعي-الإرشادات والمبادئ التوجيهية بالإمارات بالأكواد : "تتبع- لغة مفهومة-شرح-تفسير- توعية- معرفة انه يتفاعل مع نظام ذكاء اصطناعي". وتم الاستدلال على هذا المعيار في نصوص الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسئول، بالأكواد: "مراحل -دورة حياة بناء القدرات- يتفاعل مع نظام ذكاء اصطناعي-تفسير". وبمقارنة نتائج توفر المؤشرات الدالة على إطار الذكاء الاصطناعي الموثوق في الوثائق عينة الدراسة، يوضح الشكل السابق زيادة اهتمام الوثائق محل الدراسة بمؤشر بمؤشري "الشرح والتفسير"، و "التتبع" حيث زاد تكرارات الأكواد الدالة علي المؤشرين في عينة الدراسة بما يزيد على الثلثين مقارنة بمؤشري "الاتصال" و"تعزيز الفهم البشري" بفروق واضحة في عينة الدراسة.

المحور الخامس- نتائج تحليل إطار التنوع والعدالة وعدم التمييز بين المستخدمين
شكل رقم (٥): إطار التنوع والعدالة وعدم التمييز بين المستخدمين في الوثائق عينة الدراسة



أشارت نتائج التحليل النصي للوثائق عينة الدراسة إلى توفر إطار التنوع والعدالة وعدم التمييز بين المستخدمين في الوثائق عينة الدراسة، وحظي هذا المعيار بأولوية أعلى في نصوص ميثاق أخلاقيات الذكاء الاصطناعي-الإرشادات والمبادئ التوجيهية بالإمارات؛ يليه ميثاق إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق للاتحاد الأوروبي Ethics For Trustworthy AI Guidelines، ثم بفارق قليل توفر هذا المعيار في نصوص الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسؤول.

وتم الاستدلال على إطار التنوع والعدالة وعدم التمييز بين المستخدمين في الوثائق عينة الدراسة في نصوص ميثاق أخلاقيات الذكاء الاصطناعي-الإرشادات والمبادئ

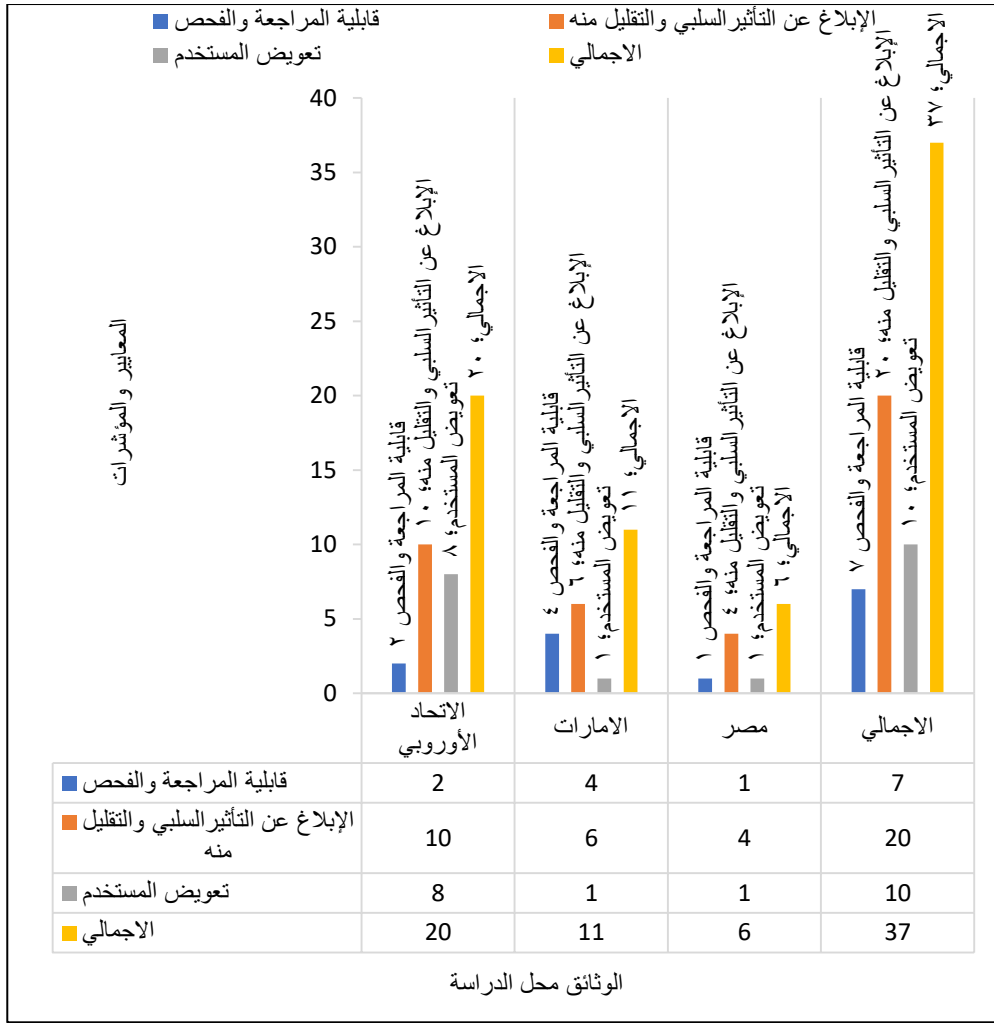
التوجيهية بالإمارات بالأكواد التالية: التحيزات-عادل-عادلة-انصاف- إشراك مجموعات- أصحاب المصلحة-التمييز بين المستخدمين-شمولية المجموعات الديموغرافية.

كما تم الاستدلال علىية ميثاق إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق للاتحاد الأوروبي For Trustworthy AI Ethics Guidelines بتكرارات الأكواد التالية: Unfair- bias-fairness-manipulation- discrimination Universal design-fits all- user centric-stakeholders- Diversity- marginalization- prejudice.

كما تم الاستدلال على هذا المعيار في نصوص الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسئول، بالأكواد التالية: العدالة-تحيز- تحيز البيانات-تقليل التحيز- أصحاب المصلحة-تمثيل الأقليات-الأثر الثقافي المحلي- البيانات المحلية- السوق المحلي-جميع الفئات/الأعراف/ الأنواع-شامل"

وبمقارنة نتائج توفر المؤشرات الدالة على إطار الذكاء الاصطناعي الموثوق في الوثائق عينة الدراسة، يوضح الشكل السابق زيادة اهتمام الوثائق محل الدراسة بمؤشر "تجنب التحيز"، يليه بفروق تزيد على النصف "إشراك أصحاب المصلحة"، "حماية الاختلافات الثقافية" حيث زاد تكرارات الأكواد الدالة على المؤشرين في عينة الدراسة بما يزيد على الثلثين مقارنة بمؤشر "التصميم العالمي/الشامل" بفروق واضحة في عينة الدراسة.

المحور السادس- نتائج تحليل إطار حق المستخدم في المساءلة وتدقيق الذكاء الاصطناعي
شكل رقم (٦): إطار حق المستخدم في المساءلة وتدقيق الذكاء الاصطناعي في الوثائق
عينة الدراسة



أشارت نتائج التحليل النصي للوثائق عينة الدراسة إلى توفر إطار حق المستخدم في المساءلة وتدقيق الذكاء الاصطناعي في الوثائق عينة الدراسة، وحظي هذا المعيار بأولوية أعلى في نصوص ميثاق إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق للاتحاد الأوروبي For Trustworthy AI Ethics Guidelines، في نصوص ميثاق أخلاقيات الذكاء الاصطناعي-الإرشادات والمبادئ التوجيهية بالإمارات ثم بفارق واضح انخفض توفر هذا المعيار في نصوص الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسئول.

وتم الاستدلال علي إطار حق المستخدم في المساءلة وتدقيق الذكاء الاصطناعي في نصوص ميثاق إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق للاتحاد الأوروبي For Trustworthy AI Ethics Guidelines بتكرارات الأكواد التالية: -Auditability User trade-offs redress Reporting-negative impact--Accountability protection-whistleblowers .

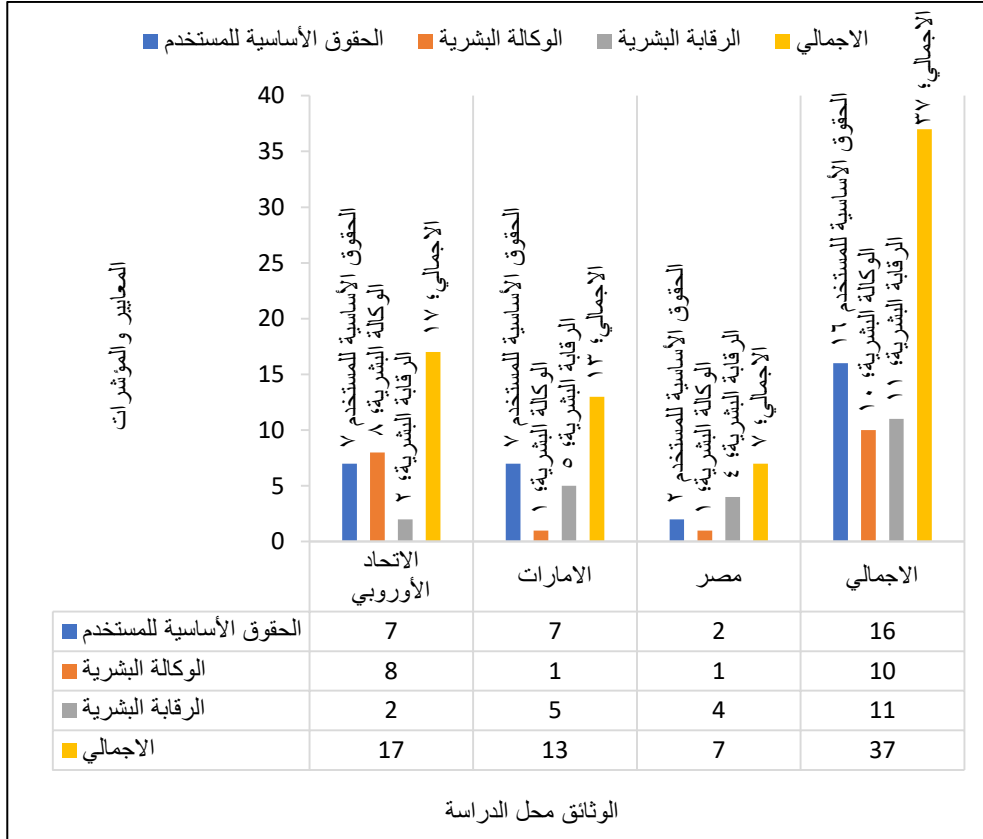
كما تم الاستدلال عليية في ميثاق أخلاقيات الذكاء الاصطناعي-الإرشادات والمبادئ التوجيهية بالإمارات بالأكواد التالية: التدقيق-المساءلة-الاعتراض-الطعن -تحدي القرارات المؤتمته- الأضرار .

كما تم الاستدلال علي هذا المعيار في نصوص الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسئول، بالأكواد التالية: الطعن / الاستخدام غير المصرح-تقليل الآثار السلبية- شخص يتأثر سلباً- دعم المتضررين.

وبمقارنة نتائج توفر المؤشرات الدالة إطار حق المستخدم في المساءلة وتدقيق الذكاء الاصطناعي في الوثائق عينة الدراسة، يوضح الشكل السابق إعطاء أولوية أعلى في الوثائق محل الدراسة لمؤشر "الإبلاغ عن التأثير السلبي"، يليه بفروق بفروق لا تزيد على الثلث " تعويض المستخدم"، يليهما بفروق قليلة "قابلية الفحص والمراجعته في عينة الدراسة.

المحور السابع- نتائج تحليل إطار الوكالة والرقابة البشرية على صنع القرار بواسطة الذكاء الاصطناعي

شكل رقم (٧): إطار الوكالة والرقابة البشرية على صنع القرار بواسطة الذكاء الاصطناعي في الوثائق عينة الدراسة



أشارت نتائج التحليل النصي للوثائق عينة الدراسة إلى توفر إطار الوكالة والرقابة البشرية على صنع القرار بواسطة الذكاء الاصطناعي، وحظي هذا المعيار بأولوية أعلى في نصوص ميثاق إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق للاتحاد الأوروبي *Ethics For Trustworthy AI Guidelines*، وبفارق طفيف في نصوص ميثاق أخلاقيات الذكاء الاصطناعي-الإرشادات والمبادئ التوجيهية بالإمارات، ثم بفارق يصل إلى النصف توفر هذا المعيار في نصوص الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسئول.

وتم الاستدلال علي إطار الوكالة والرقابة البشرية على صنع القرار بواسطة الذكاء الاصطناعي في نصوص ميثاق إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق للاتحاد الأوروبي *Ethics For Trustworthy AI Guidelines* بتكرارات الأكواد التالية:

Auditability- Accountability-Rights-Fundamental Rights- End users-
-Governance-Human feedback-External feedback

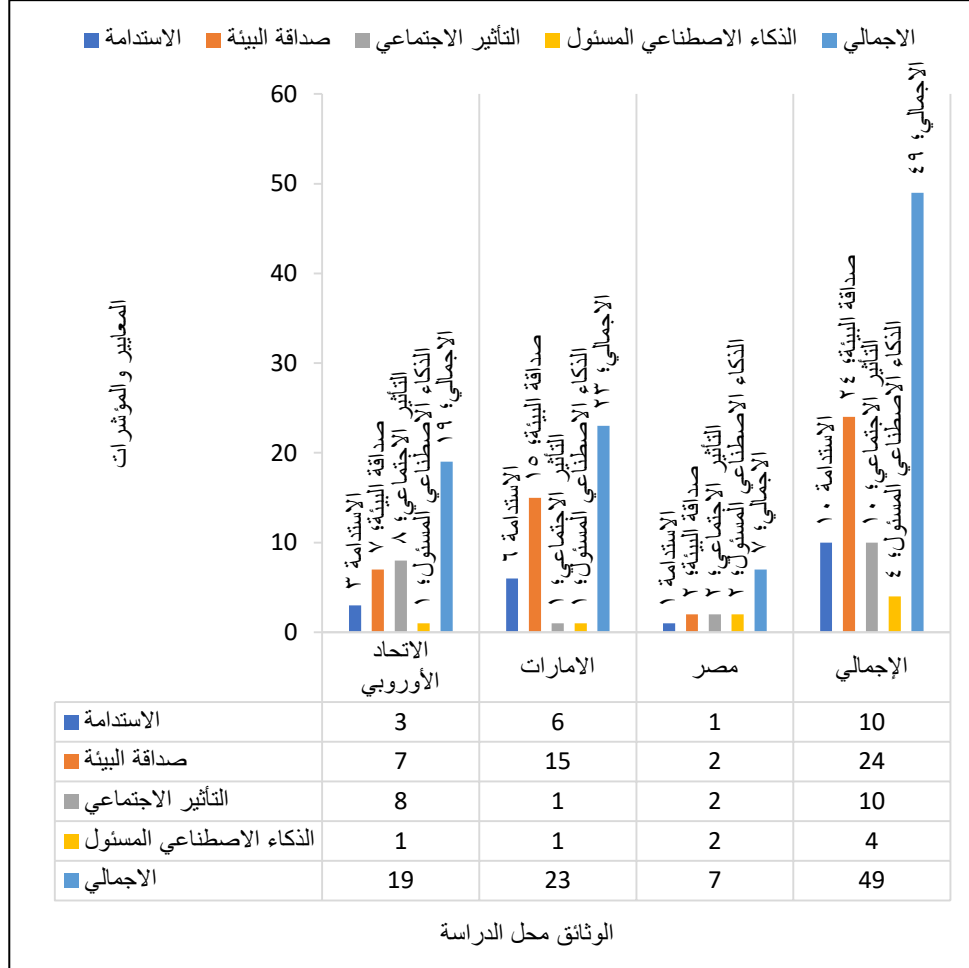
كما تم الاستدلال علىية في ميثاق أخلاقيات الذكاء الاصطناعي-الإرشادات والمبادئ التوجيهية بالإمارات بالأكواد التالية: الحقوق-الحقوق الأساسية- الحقوق الفردية-حقوق المستخدمين -تعيين مقيمين-المصادقة-المراقبة .

وتم الاستدلال على هذا المعيار في نصوص الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسئول، بالأكواد التالية: ممثلين للمستفيدين- الإشراف-القرار النهائي-قرار بشري".

بمقارنة نتائج توفر المؤشرات الدالة على إطار الرقابة البشرية على صنع القرار بواسطة الذكاء الاصطناعي في عينة الدراسة، يوضح الشكل السابق إعطاء أولوية أعلى في عينة الدراسة لمؤشر "الحقوق الأساسية للمستخدم"، يليه بفروق طفيفة مؤشر "الرقابة البشرية"، ثم "الوكالة البشرية" في عينة الدراسة.

المحور الثامن- نتائج تحليل إطار الاستدامة ورفاهية المجتمع

شكل رقم (٨): إطار الاستدامة ورفاهية المجتمع في الوثائق عينه الدراسة



أشارت نتائج التحليل النصي للوثائق عينه الدراسة إلى توفر إطار الاستدامة ورفاهية المجتمع في الوثائق عينه الدراسة، وقد حظي هذا الإطار بالأولوية في نصوص ميثاق أخلاقيات الذكاء الاصطناعي-الإرشادات والمبادئ التوجيهية بالإمارات، يليه بفارق طفيف ميثاق إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق للاتحاد الأوروبي Ethics For Trustworthy AI Guidelines، ثم بفارق يزيد على النصف توفر هذا المعيار في نصوص الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسئول.

وتم الاستدلال على إطار الاستدامة ورفاهية المجتمع في نصوص ميثاق إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق للاتحاد الأوروبي For Ethics Guidelines Trustworthy AI بتكرارات الأكواد التالية: Sustainability- sustainable-

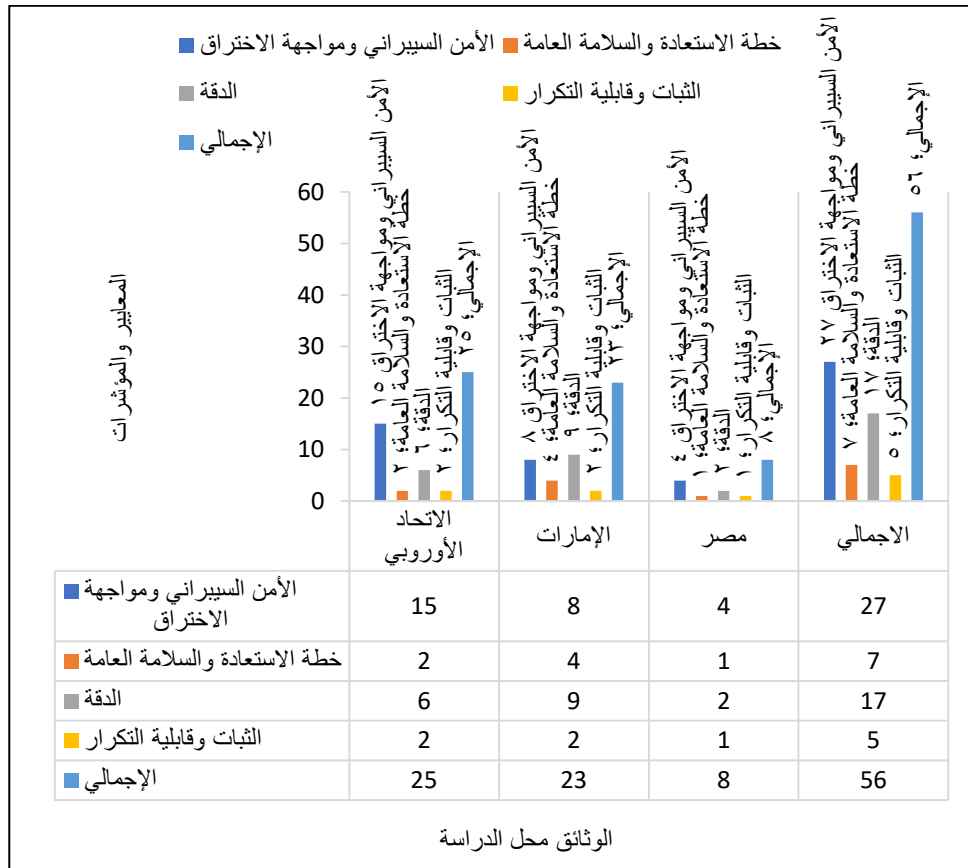
Environmental friendliness-Environment-friendly-wellbeing-Responsible AI . كما تم الاستدلال علياً في ميثاق أخلاقيات الذكاء الاصطناعي- الإرشادات والمبادئ التوجيهية بالإمارات بالأكواد التالية: الاستدامة- المستدام- التنمية المستدامة- الخضراء الاستخدام المسؤول.

وتم الاستدلال على هذا المعيار في نصوص الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسؤول، بالأكواد التالية: حماية البيئة- الأثر البيئي- البيئة-الأثر الاجتماعي- الذكاء الاصطناعي المسؤول.

وبمقارنة نتائج المؤشرات الدالة على إطار الاستدامة ورفاهية المجتمع في الوثائق عينة الدراسة، يتضح إعطاء أولوية أعلى في عينة الدراسة لمؤشر "صداقة البيئة"، يليه بفروق واضحة تصل إلى النصف مؤشري "التأثير الاجتماعي"، و"الاستدامة" وبتكرارات متساوية، ثم بتكرارات منخفضة جداً مؤشر "الذكاء الاصطناعي المسؤول".

المحور التاسع- نتائج تحليل إطار المتانة والسلامة الفنية

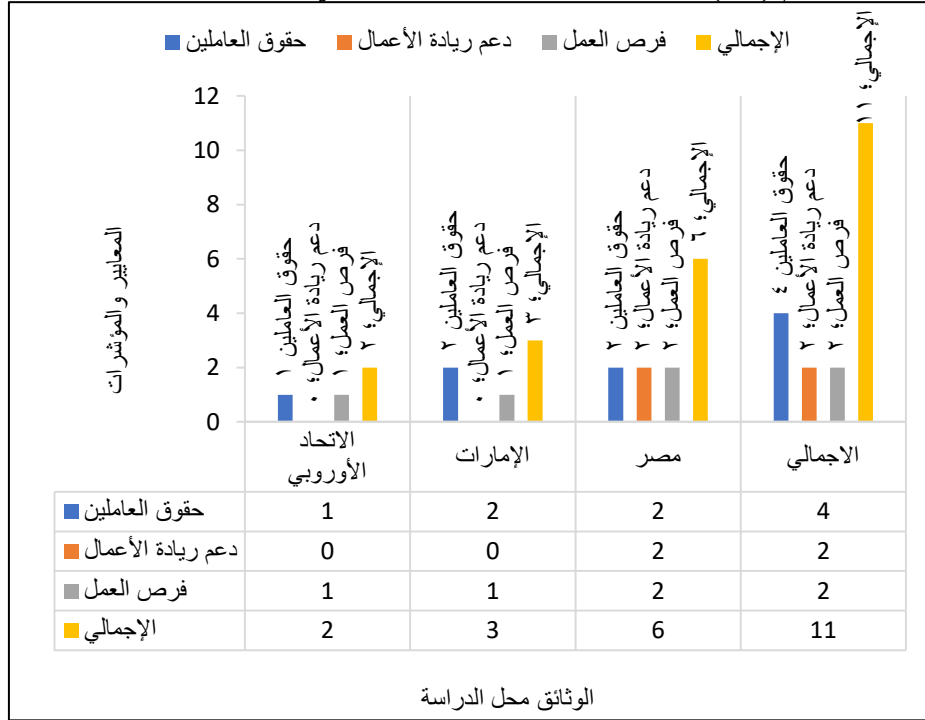
شكل رقم (٩): إطار المتانة والسلامة الفنية في الوثائق عينة الدراسة



أشارت نتائج التحليل النصي للوثائق عينة الدراسة إلى توفر إطار المتانة والسلامة الفنية في الوثائق عينة الدراسة، وقد حظي هذا الإطار بالأولوية في نصوص ميثاق إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق للاتحاد الأوروبي For Ethics Guidelines Trustworthy AI، يليه بفارق طفيف ميثاق أخلاقيات الذكاء الاصطناعي-الإرشادات والمبادئ التوجيهية بالإمارات، ثم بفارق واضح توفر هذا المعيار في نصوص الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسئول بتكرارات منخفضة جداً. وتم الاستدلال على إطار الاستدامة ورفاهية المجتمع في نصوص ميثاق إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق للاتحاد الأوروبي For Trustworthy AI Ethics Guidelines بتكرارات الأكواد التالية: Reliable- Reliability -Reproducibility-Accuracy-Plan-safe attacks-Hacking-Protected-Corrupted-Harming-guards- Vulnerabilities-Prevention of harm. كما تم الاستدلال علىية في ميثاق أخلاقيات الذكاء الاصطناعي-الإرشادات والمبادئ التوجيهية- بالإمارات بالأكواد التالية: -أنظمة محكمة-الهجمات الأمنية- التسريب-خطة – إدارة الأزمة-إدارة المخاطر-دقة البيانات-دقيقه- اكتمال البيانات- تسمم البيانات- قابلة للتكرار-إعادة الانتاج، وتم الاستدلال على هذا المعيار في نصوص الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسئول، بالأكواد التالية: الأمن الرقمي- الأمان-الأمن السيبراني- المتانة- بدون مخاطر-خبراء في مجال التطبيق- سلامة أنظمة. وبمقارنة نتائج توفر المؤشرات الدالة على إطار الاستدامة ورفاهية المجتمع في الوثائق عينة الدراسة، يوضح الشكل السابق إعطاء أولوية أعلى في عينة الدراسة لمؤشر "الأمن السيبراني ومواجهة الاختراق"، يليه بفروق واضحة تصل إلى النصف مؤشر "الدقة"، ثم بتكرارات منخفضة وفروق واضحة مؤشري "خطة الاستعادة والسلامة العامة"، "الثبات وقابلية التكرار" في عينة الدراسة.

المحور العاشر- نتائج تحليل إطار حقوق العاملين والتوظيف

شكل رقم (١٠): إطار حقوق العاملين والتوظيف في الوثائق عينة الدراسة



أشارت نتائج التحليل النصي للوثائق عينة الدراسة إلى توفر إطار حقوق العاملين والتوظيف في الوثائق عينة الدراسة، وقد حظي هذا الإطار بالأولوية في نصوص الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسؤول، بلية بفارق ينخفض إلى النصف ميثاق أخلاقيات الذكاء الاصطناعي-الإرشادات والمبادئ التوجيهية بالإمارات، ثم ميثاق إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق للاتحاد الأوروبي For Trustworthy Ethics Guidelines .AI

وتم الاستدلال على إطار حقوق العاملين والتوظيف في نصوص الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسؤول، بالأكواد التالية: العمالة البشرية-الخسارة في الوظائف- فتح الأسواق- فرص عمل- وظائف-انتقال عادل ، كما تم الاستدلال على ميثاق أخلاقيات الذكاء الاصطناعي-الإرشادات والمبادئ التوجيهية- بالإمارات بالأكواد التالية: تدريب العاملين- للموظفين دور، وفي ميثاق إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق للاتحاد الأوروبي For Trustworthy Ethics Guidelines تم الاستدلال على هذا الإطار بتكرارات الأكواد التالية: Employment- Human resources.

وبمقارنة نتائج توفر المؤشرات الدالة على إطار حقوق العاملين والتوظيف في الوثائق عينة الدراسة، تشير البيانات إلى إعطاء أولوية أعلى في عينة الدراسة لمؤشر "حقوق

العاملين"، بلية بفارق ينخفض إلى النصف "فرص العمل"، "دعم ريادة الأعمال" في عينة الدراسة.

مناقشة النتائج

على الرغم من إعطاء معظم الاهتمام للجوانب الإيجابية لتبني المنظمات واستخدامها للذكاء الاصطناعي، إلا أن هناك قلقًا متزايدًا بشأن النتائج السلبية وغير المقصودة لهذه التقنيات (Mikalef, et al. 2022,257)^{٧٨}، حيث يرتبط نهج تأطير مبادئ الذكاء الاصطناعي ارتباطًا مباشرًا بأخلاقيات الفاعلين في الذكاء الاصطناعي التي تحث على تخفيف المخاطر وحل المشكلات المرتبطة بدورة تطوير الذكاء الاصطناعي ونشره؛ وبالتالي أصبح من المهم دراسة اتصالات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي المؤسسية. تبحث هذه الدراسة في أخلاقيات التقنيات المتطورة التي أصبحت معروفة حاليًا تحت مصطلح الشامل الذكاء الاصطناعي والأخلاقيات البشرية التي تحكمها .

بمقارنة نتائج الدراسة بالتراث العلمي في موضوع الدراسة، من حيث إطار خصوصية المستخدم وحوكمة البيانات أشارت النتائج إلى اتفاق نتائج الدراسة والاتجاه السائد في أدبيات الذكاء الاصطناعي والعلاقات العامة من حيث أهمية مؤشر خصوصية بيانات المستخدمين، فأشارت نتائج دراسة (Shibl,E., Shaer, S., Salem,F., 2023,)^{٧٩} إلى أن البيانات الشخصية للعملاء قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة ٥٠% مقارنة بالبيانات التي تجمعها المنظمة عن عملائها مقارنة بالبيانات حول الموقع والمشاعر ومدى الرضا عن الخدمات المقدمة.

كما أشار(77) Kostić, S. C., Šarenac, J. G. 2021, ^{٨٠} للقضايا الأخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في بحوث الرأي العام وارتباطها بخصوصية العملاء وحماية بياناتهم الشخصية، كما أوصى ^{٨١} (Johnson,G., Runge,J. and Seufert, E. 2022, (49-54) بالتوقف عن استخدام التقنيات القديمة لحماية الخصوصية، وبناء المزيد من البدائل التي تركز على الخصوصية Privacy-centric changes، وتأثير ذلك على استراتيجية الإعلان والاستهداف والقياس، وأشار الباحثين إلى مصطلح الإعلان المرتكز على الخصوصية privacy-centric advertising.

ومن حيث مؤشر تخزين بيانات العملاء، اتفقت نتائج الدراسة الحالية ودراسة (Roth-Cohen, Avidar 2021, 102154)^{٨٢} الذي أشار إلى تحديات أخلاقيات تخزين بيانات العملاء المرتبطة باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي من قبل المتخصصين في العلاقات العامة للبيانات الضخمة Big Data ومعالجتها للمساهمة في تنميط عادات العملاء وتفاعلاتهم وتفضيلاتهم، على الرغم من أهمية تلك الاستراتيجية في تنمية علاقات المتعاملين مع المنظمات، ودعم ذلك الرأي (Ibiricu,Van der Made 2020, 395-414)^{٨٣} من حيث التحديات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة، عند استخدام الذكاء الاصطناعي في تخزين بيانات مستخدمي المنصات الرقمية خاصة الشبكات الاجتماعية، والاستفادة من تلك البيانات، وتعارض ذلك مع الحق في الخصوصية.

ومن حيث إطار الذكاء الاصطناعي الموثوق اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (Bronakowski ,M., Al-khassaweneh, M., and Al Bataineh, A. 2023.2-14)^{٨٤} مؤكدة على الجهود المبذولة من المنظمات للكشف عن أفضل النماذج لكشف الاختراقات والاحتياالات والعناوين المضللة المصممة لجذب الانتباه وحث المستخدمين للنقر على الرابط، وإمكانية مساهمة تلك النماذج في تطوير تطبيقات عملية لاكتشاف العناوين المضللة تلقائيًا، وحماية المستخدمين من الاحتيال الإلكتروني القائم على تقنيات الذكاء الاصطناعي، كما أيد ذلك نتائج دراسة (Yosyali.2021, 680-691) من حيث اعتماد المنظمات على روبوتات إدارة منصات الإعلام الاجتماعي التواصل في الأزمات، والعلاقات العامة والإعلان وأهمية الكشف عن إنتاج الآلة للمحتوى الوهمي^{٨٥}.

ومن حيث إطار الشفافية والتفسير للمستخدم، اتفقت نتائج الدراسة الحالية ونتائج دراسة (F.Farhi, R. Jeljeli and A. Belarbi.2022, 1-7)^{٨٦}، من حيث أهمية الذكاء الاصطناعي وتحسين الاتصالات الرأسية والأفقية داخل المنظمة على مستويات عدة، وفي توفير الاتصال في اتجاهين واستدامة التواصل بين أعضاء المنظمة، مما يزيد من شعور العاملين بالثقة في أن أصواتهم يتم مشاركتها وسماعها من قبل الأعضاء الآخرين، خاصة أصحاب المصلحة وواضعي السياسات، بالإضافة إلى أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي في زيادة جودة الاتصال بين العملاء والعلامات التجارية واستجابة العملاء للجهود الاتصالية للمنظمة (Cheng,Y. Jiang,H., 2022., 252-294)^{٨٧}.

ومن حيث إطار التنوع والعدالة وعدم التمييز بين المستخدمين اتفقت نتائج الدراسة الحالية والثابت في التراث العلمي في نطاق موضوع الدراسة، من حيث أهمية ضبط المشكلات الأخلاقية الناتجة عن استخدام الذكاء في أنشطة الاتصال في العلاقات العامة ومن أبرزها- حصر محادثات الدردشة الفورية والتحيز الناتج عن الذكاء الاصطناعي في نتائج تعليقات المستخدم والتمييز بين وأصحاب المصلحة (Lu, Q., et.al. 2023,1-10)^{٨٨}. العنصرية والتمييز على أساس النوع الناشئة عن معالجة البيانات (Galloway, Chirs & Swiatek, Lukasz, 2023, 352, 356)^{٨٩}.

كما دعمت نتائج الدراسة الحالية نتائج الدراسات السابقة من حيث ضرورة تضمين إشراك أصحاب المصالح في وثائق التأطير المؤسسي الأخلاقي للذكاء الاصطناعي، وربطت بين ذلك وتطوير موثيق ذات شمولية وعالمية، حيث كشفت نتائج (Bélisle-) (Pipon, JC., Monteferrante, E., Roy, MC. et al. 2022.103-119)، أن الوثائق التي تتضمن مشاركة أصحاب المصلحة تطور إرشادات أخلاقية ethical guidance أكثر شمولاً مع إمكانية تطبيق أكبر.

كما لفتت النتائج إلى الدور المهم للمشاركة النشطة لأصحاب المصلحة المتنوعين والمستقلين والجديرين بالثقة في تطوير الإرشادات الأخلاقية، وفي ذات السياق أوصت نتائج دراسة (Aguerreberre, P. M., Medina, E., & Pacanowski, T. G. 2023.54-86) بالتركيز على استراتيجيات اتصالية تعتمد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي

في تلبية احتياجات أصحاب المصلحة للمعلومات، وإدارة الأزمات وتنفيذ المبادرات المجتمعية^{٩١}.

بينما اختلفت النتائج الحالية ونتائج الدراسات السابقة فيما يتعلق بإشراك أصحاب المصلحة، حيث أشارت إلى سيطرة المنظمات على جماعات المصالح نظراً لنقص الموارد والسلطة في العلاقات الرقمية، وبالتالي تقل قدرتهم على التحكم في خصوصية بياناتهم الشخصية ويتعرضون لفقد العلاقات مع المنظمة -Ibiricu, Van der Made 2020, 395-414^{٩٢}، كما كشفت بعض النتائج عن انخفاض إشراك القطاع الخاص لأصحاب المصلحة في تطوير الإرشادات الأخلاقية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي (Bélisle-Pipon, J.C., Monteferrante, E., Roy, MC. et al. 2022.103-119)^{٩٣}.

كما تباينت نتائج الدراسة الحالية من حيث مؤشر التصميم العالمي/الشامل لمواثيق الذكاء الاصطناعي المسؤول، ونتائج دراسة^{٩٤} (Illia, L., Colleoni, E. and Zyglidopoulos, S.2023) الذي دعا إلى إجراء المزيد من البحث في أنواع النصوص التي تم إنشاؤها بواسطة وكلاء الذكاء الاصطناعي قبل وضع أي قواعد عالمية حول الاستخدام المناسب، إضافة إلى حاجة منصات التواصل الاجتماعي إلى تطوير سياسات الاستخدام المقبولة لمثل هذه البرامج؛ **على الرغم من الاتفاق الواضح بين نتائج الدراساتين** من حيث الاعتماد على التصميم العالمي كمؤشر لفحص وتقييم الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي.

ومن حيث إطار حق المستخدم في المساءلة وتدقيق الذكاء الاصطناعي، اتفقت نتائج الدراسة الحالية ونتائج الدراسات السابقة من حيث حق العاملين في المنظمة في تدقيق وفحص آثار الذكاء الاصطناعي، حيث أكدت على أهمية دور المديرين وصناع القرار في تحديد مدى فائدة استخدام الذكاء الاصطناعي في المنظمة، في مقابل الآثار غير المرغوب فيها على المستوى الأخلاقي، (Economou, E., Luck, E., and Bartlett, J.2023.103-119)^{٩٥}، وعلى الرغم من ذلك استبعدت نتائج الدراسات السابقة أن يتسبب الذكاء الاصطناعي في جرائم ضارة بالعلاقات العامة، ولكن لم يتم استبعاد الجرائم التي يمكن أن تنتج عن الذكاء الاصطناعي (Bokovnya. 2020, 1054-1057)^{٩٦}.

ومن حيث إطار الوكالة والرقابة البشرية سارت نتائج الدراسة الحالية في ذات الاتجاه ونتائج الدراسات السابقة من حيث أهمية دور صناع القرار في المنظمة في اتخاذ القرار النهائي الذي شارك في صنعه الذكاء الاصطناعي، ومن بينها دراسة (Economou, E., Luck, E., and Bartlett, J.2023.103-119)^{٩٧} إلى دور القوى المؤسسية في تنظيم استخدام البيانات الضخمة Big- Data وعلاقة ذلك بتوجيه الاستراتيجية الاتصالية للمنظمة، ودراسة (Illia, L., Colleoni, E. and Zyglidopoulos, S.2023 10) الذي لفت إلى حاجة الحكومات إلى مراجعة التشريعات واللوائح الخاصة بالذكاء الاصطناعي في المنظمة، لضمان الإشراف الملائم على نشر نصوص المحتوى المصنوع من خلال وكلاء الذكاء الاصطناعي^{٩٨}.

وفيما يتعلق بإطار الاستدامة البيئية والرفاهية المجتمعية اتفقت نتائج الدراسة الحالية ودراسة (Said, F., Zainal, D., & Abdul Jalil, A. 2023.1-20)^{٩٩}، من حيث الاهتمام بالاستخدام المسئول واستدامة الذكاء الاصطناعي، وأثر ذلك على الاتصال الاستراتيجي للمنظمة، وأهميته في تعزيز تقارير الاستدامة على وسائل التواصل الاجتماعي، ودراسة (Maspul, K. A. 2021. 14-30)، التي دعمت رضا العملاء عن الأنظمة القائمة على الذكاء الاصطناعي في حالة دعم جهود الاستدامة لتقليل البصمة الكربونية، واستخدام موارد أقل، وتقليل النفايات^{١٠٠}.

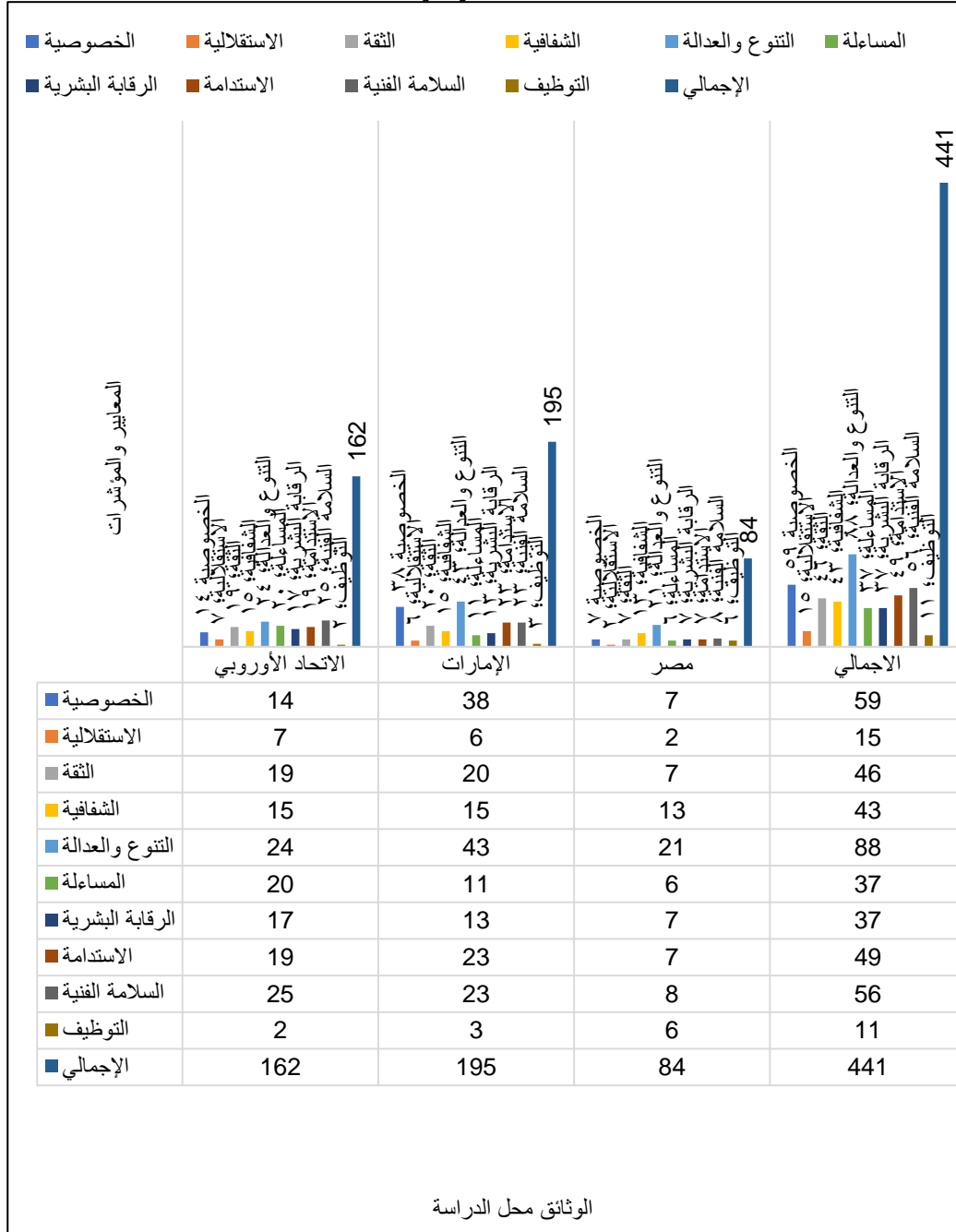
وحول إطار المتانة والسلامة الفنية تتفق نتائج الدراسة والثابت في التراث العلمي حول مخاطر السلامة (خاصة في النقل والعناية الشخصية)، استخدام الملكية الفكرية للآخرين والانتحال، التزييف العميق، حيث لا يمكن تمييز المحتوى الأصلي عن المحتوى الذي تم تزييفه مما سيؤثر على بناء العلاقات العامة للثقة بينها وبين العملاء (Galloway,) (Moraru,) (Chirs & Swiatek, Lukasz, 2023, 352, 356)، كما لفتت نتائج دراسة (Steliana. 2021. 77-106) إلى ثغرات الأمن في الاتصال الاستراتيجي الناتجة عن تحرير الإدخالات في مواقع الويكي العامة وتطبيق تحليلات البيانات الضخمة.

وفيما يتعلق بإطار حقوق العاملين والتوظيف اتفقت نتائج دراسة (Economou, E., Luck, E., and Bartlett, J.2023.103-119)^{١٠١} ونتائج الدراسة الحالية حول أهمية التدريب وفرص العمل حيث دعت القائمين بالاتصال في المنظمة إلى تعلم المزيد حول أدوات تحليل البيانات الضخمة، وفي ظل الاستخدام الملائم لها .

أولويات التأطير المؤسسي للاستخدام الأخلاقي لاستدامة الذكاء الاصطناعي في عينة الدراسة

وبناء على ما سبق تتضح سمات التأطير المؤسسي لتعزيز الاستخدام الأخلاقي لاستدامة الذكاء الاصطناعي للعلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي في الوثائق عينة الدراسة كالتالي:

شكل رقم (١١): أولويات الاستخدام الأخلاقي لاستدامة الذكاء الاصطناعي
للعلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي في الوثائق عينه الدراسة



وفقاً لنتائج التحليل النصي للوثائق عينة الدراسة، حظي إطار التنوع والعدالة وعدم التمييز بالأولوية في نصوص الموثائق محل الدراسة، واستحوذت تكرارات الأكواد الدالة عليه على ما يقترب من ربع النصوص في الوثائق عينة الدراسة، يليه الخصوصية والسلامة الفنية بتكرارات متساوية، ثم بفروق قليلة إداري الثقة والاستدامة بتكرارات شبة متساوية، يليهما أطر الشفافية والمساءلة والرقابة البشرية بفروق قليلة وتكرارات شبة متساوية، يليهم بفروق واضحة وتكرارات منخفضة إطار الاستقلالية والتحكم الذاتي للمستخدم ، ثم إطار التوظيف بتكرارات ضئيلة.

وتشير النتائج إلى تقارب الوثائق عينة الدراسة، من حيث توفر أطر ومعايير الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي، وعلى الرغم من هذا التشابه والتقارب، كشف التحليل الموضوعي لنصوص الوثائق محل الدراسة عن اختلافات مفاهيمية ودلالية في تفسير تلك المبادئ الأخلاقية (العشر مبادئ المعبره عن الأطر محل الدراسة)، حيث تنوعت المفاهيم الدالة على الأطر محل الدراسة في الوثائق، على الرغم من دلالاتها على نفس المعيار مما دفع بالباحثة لتأطيرها تلك المصطلحات ضمن نفس الأطر.

كما اختلفت الوثائق عينة الدراسة من حيث أولويات الأطر عينة الدراسة، حيث حظي التأطير الأخلاقي المؤسسي للذكاء الاصطناعي بأولوية أعلى -بصفة عامة- في ميثاق أخلاقيات الذكاء الاصطناعي-الإرشادات والمبادئ التوجيهية بالإمارات، يليه ميثاق إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق للاتحاد الأوروبي Ethics Guidelines For Trustworthy AI بفروق قليلة، ثم بفروق واضحة الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسئول.

وتباينت الوثائق محل الدراسة من حيث توفر المعايير والمؤشرات الداله على الأطر محل الدراسة بصفة عامة، حيث حظي معيار المتانة والسلامة الفنية بأولوية أعلى في ميثاق إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الموثوق للاتحاد الأوروبي Ethics Guidelines For Trustworthy AI، وإطار التنوع والعدالة وعدم التمييز في ميثاق أخلاقيات الذكاء الاصطناعي-الإرشادات والمبادئ التوجيهية بالإمارات، وإطار حقوق العاملين والتوظيف في نصوص الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسئول.

ومن المتوقع أن يتم تطوير الموثائق المنظمة لعمل الذكاء الاصطناعي في المنظمات، تبعاً لتطورات التقنيات والاستخدامات وبيئة الأعمال المحيطة بالمنظمة، وما قد يتطلبه ذلك من تغيير قد يطرأ على أولويات المعايير والمؤشرات التي تشملتها الموثائق الحالية وذات الصلة .

واستناداً لما توصلت إليه الباحثة من نتائج، وما ورد في التراث العلمي لموضوع الدراسة، والأسس النظرية للدراسة الحالية، تطرح الباحثة المقترح التالي للتأطير المؤسسي لتعزيز الاستخدام الأخلاقي لاستدامة الذكاء الاصطناعي للعلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي:

شكل رقم (12): نموذج مقترح لمعايير التاثير المؤسسي لتعزيز الاستخدام الأخلاقي لاستدامة الذكاء الاصطناعي للعلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي



التوصيات

تتمثل أهم التوصيات التي تطرحها الدراسة الحالية فيما يلي:

- تصميم نموذج عالمي موحد يؤطر للإستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي المستخدم بصفة عامة، وفي الاتصال الاستراتيجي والعلاقات العامة بصفة خاصة.
- التأكيد على إشراك ودمج أصحاب المصالح في صياغة نصوص الموثيق القانونية والأخلاقية لاستدامة الذكاء الاصطناعي
- الاعتماد على النظريات العلمية والأطر الثابتة عند تصميم الموثيق الأخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المنظمات
- الحرص على تطوير الموثيق الأخلاقية التي تحكم عمل الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي؛ بما يتوافق مع المتغيرات البيئية المحيطة بالمنظمة وما تتضمنه من تغيرات في نمط الأعمال والعلاقات والاتصال .

المراجع والمصادر

- ¹ Kostić, S. C., et al., (2020). “New Normal” Strategic Communication. In Business Management and Communication Perspectives in Industry 4.0 , pp. 71-92. IGI Global.
- ² Shibl ,E, Shaer, S, and Salem, F., (2022). Advancing artificial intelligence impact in Dubai: Future directions toward strengthening the digital economy, Dubai: Mohamed Bin Rashid School of Government, 11.
- ³ Esberg, J., Mikulaschek, C. (2021). Digital Technologies, Peace and Security: Challenges and Opportunities for United Nations Peace Operations. 7.
- ⁴ Nagar, N. (2022). Ttrust in Artificial Intelligence (AI) Ethics Communication, Rochester Institute of Technology, MA Dissertations, 1-72
- ⁵ Obicci, P. A. Peter Adoko.(2023). The influence of authentic leadership on institutional framing in Acoliland, Uganda: A local government perspective. Interdisciplinary Journal of Rural and Community Studies, 5, 22-35.
- ⁶ Bélisle-Pipon, JC.et al. (2022). Artificial intelligence ethics has a black box problem. AI & Society, 38 (4), 1507.
- ⁷ Shibl ,E., Shaer, S., and Salem, F., (2022).Op.Cit.
^ثابت، غادة سيف. (٢٠٢٢). مستقبل صناعة العلاقات العامة في ظل علوم (الذكاء الاصطناعي- الإعلام الإبداعي- الإندماج الإعلامي)، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان (٢٤)، ٢٦٧-٢٣٥.
- ⁹ Rohde, F., Gossen, M., Wagner, J. ., and Santarius, T. (2021). Sustainability challenges of Artificial Intelligence and Policy Implications. Ökologisches Wirtschaften - Fachzeitschrift, 36(O1), 36–40.
- ¹⁰ R. Vinuesa, et.al, (2020), The role of artificial intelligence in achieving the Sustainable Development Goals, Nature Communication. 11 p. 233.
- ¹¹ Larsson, S., Anneroth, M., and Felländer, A., Felländer-Tsai, L., Heintz, F., Cedering Ångström, R. (2019). Sustainable AI: An inventory of the state of knowledge of ethical, social, and legal challenges related to artificial intelligence. AI Sustainability Centre. -
- ¹² Tsafack Chetsa, G.L. (2021). SAIF in Action: A Case Study. In: Towards Sustainable Artificial Intelligence. Apress, Berkeley, CA.
- ¹³Yigitcanlar, T.& Kankanamge,N.,(2022), Social Media Analytics in Analysing Perceptions, In Urban Analytics with Social Media Data, 1st ed., UK: CRC Press, 3.
- ¹⁴ Wilson ,C., van der Velden ,M., (2022) , Sustainable AI: An integrated model to guide public sector decision-making, Technology in Society, 68 .
- ¹⁵ Larsson, S., Anneroth, M., and Felländer, A., Felländer-Tsai, L., Heintz, F., Cedering Ångström, R. (2019). OP.Cit.
- ¹⁶ Tsafack Chetsa, G.L. (2021). SAIF in Action: A Case Study. In: Towards Sustainable Artificial Intelligence. Apress, Berkeley, CA. 6

- ¹⁷ Brivot, M., Cho, C. H., (2023), Research Handbook on Accounting and Ethics, Edward Elgar Publishing, 1st.ed., 19.
- ¹⁸ Jackson, M., Chorazy, and E., Sison, M.D. Wise, D. (2022), Public relations ethics in the 21st century: a state-of-the-field review, Journal of Communication Management. 26, 3, 295.
- ¹⁹ Cihon, P., Schuett, J. and Baum, S.D. (2021). Corporate Governance of Artificial Intelligence in the Public Interest, Information 12 (275),6.
- ²⁰ Falkheimer, J., Heide, M., (2022). Introduction: the emergent field of strategic communication In Research Hand Book On Strategic Communication, Copyright Edward Elgar Publishing, p 1,2 .
- ^{٢١} ثابت، غادة سيف، (٢٠٢٢). استجابة حملات العلاقات العامة للتحويل الرقمي من منظور الاتصال الاستراتيجي. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، (٤٠)، 12.
- ²² Hallahan, K., (2015). Organizational goals and communication objectives in strategic communication. In D.Holtzhausen & A. Zerfass (Eds.), Routledge handbook of strategic communication. New York, NY: Routledg, 244–266.
- ²³ Seiffert-Brockmann, J., et. al. (2021). Agile Content Management: Strategic Communication in Corporate Newsrooms, International Journal of Strategic Communication 15, (2), Special issue: Agility in Strategic Communication, 126–143.
- ²⁴ Gol, P.A., (2021). Entrepreneurial and Communicative Mind in Action. UK: Pearson: 45.
- ²⁵ Mensah-Aborampan, M., (2021). Assessing Interactive Online Communication and Its Effect on Public Relations Outcomes with Insight from Selected Banks (Doctoral dissertation, Ghana Institute of Journalism). 7 .
- ²⁶ Gordeladze, M., (2021). What is "Strategic Communication"? Scientific Journal of Georgian National University SEU.no.1. (January): 100-141.
- ²⁷ Seiffert-Brockmann, J., et. al., (2021). Op. Cit., 126–143
- ²⁸ Rozanov, A., Chebotareva, A., and Chebotarev, V., Naser, A. R., Danilina, E. (2021). Digital Economy in the Post-COVID Period: Changes, Communication Processes and Development Prospects. In Communication Management. IntechOpen. p101.
- ²⁹ Swiatek, L., Galloway, C. (2023). Digital Corporate Communication and extended intelligence. In Luoma-aho, Vilma, Badham, Mark, Handbook on Digital Corporate Communication, UK: Edward Elgar Publishing, 1st ed., 352.
- ³⁰ Aguerrebere, P. M., Medina, E., and Pacanowski, T. G. (2023). Building Meaningful Brands through Disseminating Artificial Intelligence-Related

Content: An Essay about Cancer Hospitals. Journal of Advanced Research in Social Sciences, 6(1): 54-68.

³¹ Alboqami, H., (2023). Trust me, I'm an influencer! - Causal recipes for customer trust in artificial intelligence influencers in the retail industry Journal of Retailing and Consumer Services, 72.

³² ثابت، غادة سيف، (٢٠٢٣)، الاتجاهات الحديثة لاستخدامات العلاقات العامة في إدارة الخدمات الحكومية بأدوات الذكاء الاصطناعي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (٨٢)، ٦٩٥-٦٥٧.

³³ Mohamed, K., Bayraktar, Ü. A. (2022). Artificial Intelligence in Public Relations and Association Rule Mining as a Decision Support Tool. SSRG International Journal of Humanities and Social Science, 9(3), 23-32.

³⁴ Jeljeli, R., Farhi, F., and Zahra, A. (2023). Impacts of PR and AI on the Reputation Management: A Case Study of Banking Sector Customers in UAE. In: Alareeni, B., Hamdan, A., Khamis, R., Khoury, R.E. (eds) Digitalisation: Opportunities and Challenges for Business. ICBT 2022. Lecture Notes in Networks and Systems, vol 620. Springer, Cham. 256-277.

³⁵ F. Farhi, R. Jeljeli and A. Belarbi, "Artificial Intelligence in Sustaining Internal Communication in Corporate Sector: The Mediation of Two-way Communication Perspective of PR," 2022 International Arab Conference on Information Technology (ACIT), Abu Dhabi, United Arab Emirates, 2022, pp. 1-7.

³⁶ Cheng, Y., Jiang, H. (2022). Customer-brand relationship in the era of artificial intelligence: understanding the role of chatbot marketing efforts, Journal of Product & Brand Management, 31 (2), 252-264.

³⁷ Sharma, R., (2022). Corporate Social Responsibility and Customer Satisfaction: Role of Artificial Intelligence Richa Sharma. Acta Universitatis Bohemiae Meridionalis, 25 (2), 162-174..

³⁸ Jens Seiffert-Brockmann, et. al., (2021). Op. Cit., 126-143

³⁹ Mensah-Aborampah, M. (2021). Op. Cit. 19-29 .

⁴⁰ Rizqiyah ,R.N., Kriyantono,A., and Sujoko,A., .2021. "Literacy Studies Media Relations Studies on Digitalization and Artificial Intelligence on Company Reputation in the Digital Era in 2008-2019". Journal of Advances in Education and Philosophy, 5(8): 236-248.

⁴¹ Rozanov, A., et. al, Op. Cit, .97-112.

⁴² همال، فاطمة، وبوقرة، كمال.(٢٠٢٠). العلاقات العامة الذكية والصورة الذهنية للمؤسسة في زمن الرقمنة-رهانات التشبيك عبر شبكات التواصل الاجتماعي. مجلة الإحياء 20 (٢٧)، ٩٤٠-٩١١.

⁴³ Hou, J., Z., (2019). It takes two to tango? Debate on the PR-journalists trust and relationship (re)building in the fake news era. In Trust and Reputation: Book of Abstracts of the 26th International Public Relations Research Symposium BledCom. University of Ljubljana, Ljubljana, 92-94.

- ⁴⁴ Ferm, L. E. C., Thaichon, P., and Quach, S. (2023). Solutions to artificial intelligence (AI) and privacy: How AI uses data and its accompanying privacy issues. In *Artificial Intelligence for Marketing Management* (pp. 175-196) 2. Routledge.
- ⁴⁵ Jones, P. and Wynn, M. G., (2023). Artificial Intelligence and Corporate Digital Responsibility. *Journal of Artificial Intelligence, Machine Learning and Data Science*, 1 (2). pp.50-58.
- ⁴⁶ Lu, Q., Luo, Y., Zhu, L., Tang, M., Xu, X., & Whittle, J. (2023). Operationalising Responsible AI Using a Pattern-Oriented Approach: A Case Study on Chatbots in Financial Services. arXiv preprint arXiv:2301.05517, 1-10.
- ⁴⁷ Illia, L., Colleoni, E., and Zyglidopoulos, S.,(2023).Ethical implications of text generation in the age of artificial intelligence *Business Ethics,The Environment & Responsibility*,32 (1),201-210
- ⁴⁸ Economou, E., Luck, E., and Bartlett, J., (2023). Between rules, norms and shared understandings: how institutional pressures shape the implementation of data-driven communications. *Journal of Communication Management* .27 (1). 2023 pp. 103-119 .
- ⁴⁹ Bronakowski ,M., Al-khassaweneh, M.,and Al Bataineh, A., (2023). Automatic Detection of Clickbait Headlines Using Semantic Analysis and Machine Learning Techniques. *Appl. Sci.* 13(4), 2-14.
- ⁵⁰ Bélisle-Pipon, JC., Monteferrante, E., Roy, MC. et al. (2022). Op. Cit.
- ⁵¹ Nuss, O.E., The Future of Name, Image, and Likeness in Advertising. (2022). Louisiana State University LSU Master's Theses. 5592
- ⁵² Johnson ,G. ,Runge ,J. and Seufert, E. (2022). Privacy-Centric Digital Advertising: Implications for Research. *Customer Needs and Solutions* ,9.
- ⁵³ Roth-Cohen, O., Avidar, R. (2021). "A decade of social media in public relations research: A systematic review of published articles in 2010–2020". *Public Relations Review* 48 (1),102154.
- ⁵⁴ Yosyali.H., (2021). Op.Cit. 680-699 .
- ⁵⁵ Ibiricu, B., Van der Made, M.L., (2020). "Ethics by design: a code of ethics for the digital age- ahead-of-print". *Records Management Journal* 30 (3), 395-414.
- ⁵⁶ Bokovnya , A.Y., et.al. (2020). “Pressing Issues of Unlawful Application of Artificial Intelligence “. *International Journal of Criminology and Sociology*. 9 : 1054-1057
- ⁵⁷ Lipchanskaya ,M.A., E.A. Otstavnova, (2020). Artificial Intelligence as an Object of Constitutional Relations”.2nd International Scientific and Practical

Conference “Modern Management Trends and the Digital Economy: from Regional Development to Global Economic Growth” (MTDE 2020). *Advances in Economics, Business and Management Research*. 138 . (May): 182-187.

⁵⁸ Said, F., Zainal, D., and Abdul Jalil, A. (2023). Big data analytics capabilities (BDAC) and sustainability reporting on Facebook: Does tone at the top matter?. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2186745. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2186745>

⁵⁹ Maspul, K. A. (2021). Correlation between Cropster and Sustainability of Coffee Roasteries in The United Arab Emirates 2021. *Journal of Economics and Development*, 1(1), 14-30.

⁶⁰ Dijk ,T.A.V., (2023). Analyzing frame analysis: A critical review of framing studies in social movement research, *Discourse Studies*, Vol. 25(2) 165, 171.

⁶¹ Obicci, P. A. ,Adoko,P., (2023). The influence of authentic leadership on institutional framing in Acoliland, Uganda: A local government perspective. *Interdisciplinary Journal of Rural and Community Studies*, 5, 22-35. <https://doi.org/10.38140/ijrcs-2023.vol5.03>

⁶² Sullivan. K., (2023).,Three levels of framing, *Wires cognitive science*, e1651 , 1.

⁶³ Hallahan, K., (1999), Seven Models of Framing: Implications for Public Relations, *Journal of Public Relations Research*, 11(3), 205.

⁶⁴ Economou, E., Luck, E., and Bartlett, J. (2023). *Op. Cit.*,103.

⁶⁵ Nagar, N., (2022). *Op.Cit.*

⁶⁶ United Nations Conference on Trade and Development.(2021). *Technology and Innovation Report 2021: Catching Technological Waves - Innovation With Equity*. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) *Technology and Innovation Report (TIR)*. 7

⁶⁷ Ibiricu, B., Van der Made., L.M., 2020. *Op.cit.*

⁶⁸ Ahmad, S.,(2019). “Qualitative v/s Quantitative Research”. *Journal of Evidence Based Medicine and Healthcare* 6 (43), 2828-2832 .

⁶⁹ Lichtenstein , M., Rucks-Ahidiana , Z., 2023, Contextual Text Coding: A Mixed-methods Approach for Large-scale Textual Data , *Sociological Methods & Research*, 52 (2), 606– 641 .

^{٧٠} يورغنسين ، م.، فيليبس، ل.، شوقي أبو عنان (ترجمة)، محمد المومني (مراجعة)،(٢٠١٩)، تحليل الخطاب: النظرية والمنهج، ط١، المنامة: هيئة البحرين للثقافة، ١٣٦، ١٣٥.

⁷¹ Biswal, S. K.,Gouda, N. K. (2020). *Artificial Intelligence in Journalism: A Boon or Bane?*. In *Optimization in Machine Learning and Applications*, ١٦٢. Singapore: Springer.

⁷² Jobin, A., Ienca, M., and Vayena, E. (2019). The global landscape of AI ethics guidelines. *Nature Machine Intelligence*, 1(9).

⁷³ Nagar, N. (2022). *Op. Cit*, 1-72

- ⁷⁴ Hallahan, K., (1999), Seven Models of Framing :Implications for Public Relations, *Journal of Public Relations Research*, 11(3), 205.
- ⁷⁵ Ibiricu, B.,Van der Made, M. L.,. 2020. Op.cit.
- ⁷⁶ Aquaro ,V., et.al. 2022., E-Government Survey 2022: The Future of Digital Government , New York :UNITED NATIONS, p8.
- ^{٧٧} _____، (٢٠٢٣)، الميثاق المصري للذكاء الاصطناعي المسؤول v10 2023 ، القاهرة: المجلس الوطني للذكاء الاصطناعي، ١ .
- ⁷⁸ Mikalef, P., Conboy ,K., Lundström, J.E., Aleš Popovič. (2022).Thinking responsibly about responsible AI and ‘the dark side’ of AI. *European Journal of Information Systems*. 31 (3), 257.
- ⁷⁹ Shibl ,E., Shaer, S., and Salem, F. , (2022).Op.Cit.
- ⁸⁰ Kostić, S. C., et al. (2020). Op.Cit
- ⁸¹ Johnson ,G. , Runge ,J. and Seufert, E. 2022. Op.Cit. ,9.
- ⁸² Roth-Cohen, O., and Avidar, R. 2021. Op.Cit.
- ⁸³ Ibiricu, B, and Van der Made.,M.L., 2020. Op.Cit.395-414.
- ⁸⁴ Bronakowski ,M , Al-khassaweneh, M.,and Al Bataineh, A . (2023). Op.Cit.
- ⁸⁵ Yosyali.H.,(2021). Op.Cit. 680-699 .
- ⁸⁶ F. Farhi, R. Jeljeli and A. Belarbi, , 2022, Op.Cit. pp. 1-7,
- ⁸⁷ Cheng, Y.,Jiang, H. 2022. Op.Cit.
- ⁸⁸ Lu, Q., Luo, Y., Zhu, L., Tang, M., Xu, X., and Whittle, J. (2023). Op.Cit.
- ⁸⁹ Galloway, C. and Swiatek, L., 2023, 352, 356, Op. Cit.
- ⁹⁰ Bélisle-Pipon, JC., Monteferrante, E., Roy, MC. et al. (2022). Op. Cit.
- ⁹¹ Aguerrebere, P. M., Medina, E., and Pacanowski, T. G. (2023). Op.Cit.
- ⁹² Ibiricu, B., Marja L. Van der Made. (2020). Op.Cit.
- ⁹³ Bélisle-Pipon, JC., Monteferrante, E., Roy, MC. et al. (2022). Op. Cit.
- ⁹⁴ Illia, L., Colleoni, E. ,Zyglidopoulos, S.,(2023). Op.Cit.
- ⁹⁵ Economou, Emmanuel, Luck, Edwina, and Bartlett, Jennifer. (2023). Op.Cit.
- ⁹⁶ Bokovnya , A. Y. et.al. (2020). Op.Cit.
- ⁹⁷ Economou, E., Luck, E., and Bartlett, J. (2023). Op.Cit.
- ⁹⁸ Illia, L., Colleoni, E., and Zyglidopoulos, S.,2023. Op.Cit.
- ⁹⁹ Said, F., Zainal, D., and Abdul Jalil, A. (2023). Op.Cit.
- ¹⁰⁰ Maspul, K. A. (2021). Op.Cit.
- ¹⁰¹ Economou, E., Luck, E., and Bartlett, J., (2023). Op.Cit.