

الاتصال المؤسساتي الرقمي و ابستمولوجيا الاندماج الوظيفي في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي

- المنطلقات البنيوية للعلاقات العامة الذكية -

Digital Institutional Communication and epistemology of functional integration in the light of artificial intelligence applications

- Structural Principles of Smart Public Relations -

عيساوي الطيب¹، شايب الذراع زياد²

¹ جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل، tabiscience@gmail.com

² جامعة إبراهيم سلطان شيبوط - الجزائر 3، ziadchaibdraa@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2023/06/16 تاريخ القبول: 2023/07/03 تاريخ النشر: 2023/08/01

ملخص:

مع استمرارية التطور الهائل لتكنولوجيات الإعلام والاتصال التفاعلي بداية الألفية. أصبح جليا أن عمليات تفسير هذه الظواهر على المستوى المعرفي والاكاديمي لم تعد قادرة نسبيا على تقديم نماذج ومقاربات دقيقة حول تأثيرات هذه التقنيات على البيئة الاجتماعية (عدم استقرار الظاهرة الاتصالية الديجيتالية)، حيث أن التسارع الحاصل على الساحة الرقمية والمعلوماتية خلال العقد الماضي يعتبر من المثبطات الأساسية لمساعي الضبط العلمي للاتصال السيبراني.

من أجل التعمق أكثر في الإحاطة بهذا الموضوع كان من الضروري الإشارة إلى أهميته. والتي تمثلت أساسا في طرح مجموعة من التصورات النظرية حول ماهية التحولات الكبرى التي يمكن أن يشهدها الاتصال المؤسساتي الرقمي مستقبلا. خاصة مع وجود بعض الآراء التي تنبأ اليوم بسيطرة الذكاء الاصطناعي على مجمل معايير التنظيم الإداري والإنساني،

الاتصال المؤسسي الرقمي وابستمولوجيا الاندماج الوظيفي في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي

–المنطلقات البنيوية للعلاقات العامة الذكية–

فالهدف من هذه الدراسة هو البحث عن أبعاد الاندماج الوظيفي بين منظور الاتصال الإداري الرقمي وتطبيقات الذكاء الاصطناعي.
الكلمات المفتاحية: الاتصال المؤسسي الرقمي، الإبستمولوجيا، الاندماج الوظيفي، الذكاء الاصطناعي، العلاقات العامة الذكية، المنطلقات البنيوية.

Abstract:

With the massive development of media and interactive communication technologies at the beginning of the millennium, it has become evident that the processes of interpreting communication phenomena at the cognitive and academic levels are relatively no longer able to provide precise models and approaches on the effects of these technologies on the social environment (the instability of the phenomenon of digital communication), since the acceleration that has taken place in the digital and IT field over the last decade is considered to be one of the main obstacles to scientific efforts to control cyber communication.

In order to deepen the understanding of this subject, it was necessary to highlight its importance, which is mainly represented by a set of theoretical perceptions on the major transformations that digital institutional communication may experience in the future, especially with some opinions that predict today the predominance of artificial intelligence on the global standards of administrative and human organization.

The objective of this study is to research the dimensions of functional integration between the perspective of digital administrative communication and the applications of the artificial intelligence.

Keywords: Digital institutional communication, epistemology, functional integration, artificial intelligence, intelligent public relations, structural premises.

1. مقدمة:

يشكل الاتصال المؤسساتي مادة علمية مهمة لأغلب الباحثين في الدراسات الاتصالية خاصة في المحاور المتعلقة بأنشطة العلاقات العامة، وفي الإطار ذاته فإن الثورة الرقمية غيرت الكثير من مظاهر التواصل الإداري داخل المؤسسات، حيث أضافت هذه الطفرة التقنية العديد من الخيارات المستحدثة التي سهلت عمليات التنسيق الوظيفي بين مختلف مصالح التسيير المؤسساتي، وبالتالي أصبح المتغير الرقمي دافعا معرفيا جديدا بإمكانه خلق أبعاد تقنو-نفسية واجتماعية مجهولة تؤثر سلبا أو إيجابا على منظومة الاتصال التقليدي الخاصة بالمؤسسات مهما تنوعت مجالات اختصاصها، هذا من جهة ومن جهة أخرى نشير أيضا للخدمات المعتبرة التي يتيحها الذكاء الاصطناعي ككتابة التقارير المصلحية مثلا والتحكم في فنيات التحرير الإداري وإدارة العلاقات مع الزبائن، ومن هنا تظهر الجدوى العلمية لموضوع الاتصال المؤسساتي الرقمي وابستمولوجيا الاندماج الوظيفي في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي، فقد أصبح جليا أن الاتصال التنظيمي الذي يندرج ضمن المهمات الأساسية لجهاز العلاقات العامة سيتأثر كذلك بالتطور المعلوماتي الذي تشهده مجتمعات ما بعد الحداثة، وفي هذه الحالة فالأولوية الإستراتيجية القصوى تتمثل في البحث عن القرائن النظرية والعملية التي يمكن أن تساعد على نمذجة المنطلقات البنيوية للعلاقات العامة الذكية (تأطير ظاهرة التداخل بين العلاقات العامة وجزئية الاتصال الذكي).

. تحديد المشكلة: يعتبر الاتصال المؤسساتي آلية من آليات التنظيم والمتابعة على مستوى المنظمات بأنواعها، فالاستراتيجيات الاتصالية تتباين من منشأة لأخرى، على

الاتصال المؤسسي الرقمي واستمولوجيا الاندماج الوظيفي في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي

—المنطلقات البنوية للعلاقات العامة الذكية—

أساس أن لكل مؤسسة فلسفة تسييرية لا تتطابق مع مثيلاتها من الهيئات والإدارات، الأمر الذي يتحدد على إثره طبيعة الثقافة التنظيمية المنتهجة في مؤسسة دون غيرها. وبصفة عامة فإن الحديث عن الاتصال المؤسسي يقودنا لتفسير العناصر الواجب توفرها من أجل تحقيق الأهداف المسطرة من قبل مجلس الإدارة، ومن بين هذه الأهداف هو ربط المؤسسة مع محيطها الداخلي (الوظيفة الرقابية للاتصال) والخارجي (العلاقات مع العملاء وإدارة الصورة الذهنية) من خلال الاعتماد على جهاز العلاقات العامة الذي يجسد الحضور المادي والمعنوي للمنظمة، ومع ابتكار وسائل الاتصال الرقمي صار التواصل الإداري يستعين بهذه الوسائل الإلكترونية بنسب متفاوتة تعبر جليا عن التحول التدريجي نحو انتاج الاتصال المؤسسي الرقمي.

إن الذكاء الاصطناعي هو من الإرهاصات التي تميز بها القرن الواحد والعشرون، حيث أدت هذه المؤشرات إلى وجود قابلية لاعتناق فكرة حتمية المجتمعات التكنولوجية لمارشال ماكلوهان -كمنهجية لبحثنا- التي تقوم على مفهوم الاستهلاك العام والاستخدام المفرط لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، ومع الانتشار الواسع لبرمجيات الذكاء الاصطناعي فإن المثير للاهتمام أن البشرية تحاول اكتشاف هذا العارض بحذر ممزوج بالخوف من التبعات المتعلقة بالمحاكاة النسبية للذكاء الإنساني ومقدرتها على تهديد الركائز الكلاسيكية للحضارة الإنسانية، ومن ثم فأراء الخبراء في هذا المجال تتأرجح بين مؤيد ومعارض للكيفيات والطرق التي سيتم توظيفها كاستراتيجيات لاستغلال الذكاء الاصطناعي بما يخدم الإنسان ويلبي حاجاته بالدرجة الأولى سواء على الصعيد الشخصي، الاجتماعي والمؤسسي.

يتطلب الاندماج الوظيفي بين الاتصال المؤسسي الرقعي وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التركيز على العناصر المشتركة بين كلا المتغيرين، وذلك بواسطة الاستعانة بمجمل الأدوات المنهجية الموجودة في التراث النظري لعلوم الإعلام والاتصال دون إغفال أهمية التبريرات الإستراتيجية في فهم نتائج هذا التقاطع المعرفي المحتمل بين الذكاء الاصطناعي وأساليب الاتصال التنظيمي، وفي سياق متصل فهذا التغير اللوجستيكي سيضمن كذلك التأثير في مهارات الممارسة المهنية للعلاقات العامة في شكلها السابق، ما يشير نسبياً إلى إمكانية تحقيق أطروحة التسيير الإداري الذكي دون الرجوع إلى التقنيات المتعارف عليها والتي لا تزال سارية المفعول إلى يومنا هذا، وتجدر الإشارة هنا إلى وجود حالة انتقالية أفرزتها تطبيقات الذكاء الاصطناعي، إذ أن بنية العلاقات العامة تتجه بشكل ملحوظ إلى التخلي نوعاً ما عن بعض مكوناتها في شقها التقليدي لتدخل مرحلة ثورية جديدة كلياً ألا وهي مرحلة تشكّل ما يسمى بالعلاقات العامة الذكية (ميكانيزمات الذكاء الاصطناعي في خدمة أجهزة العلاقات العامة).

وعطفاً على ما تم التطرق إليه في هذا الموضوع يمكن صياغة التساؤل الرئيسي التالي: كيف يمكن أن يتحقق الاندماج الوظيفي وفق منظور إستسي بين الاتصال المؤسسي الرقعي وتطبيقات الذكاء الاصطناعي؟

وتندرج ضمنه التساؤلات الفرعية الآتية:

- هل يشكل الذكاء الاصطناعي تهديداً مباشراً لأخلاقيات ممارسة وظائف العلاقات العامة؟
- أين تتموقع إستمولوجيا الاندماج الوظيفي بين الاتصال التنظيمي الرقعي وبرمجيات الذكاء الاصطناعي؟

الاتصال المؤسسي الرقمي وابستمولوجيا الاندماج الوظيفي في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي
-المنطلقات البنيوية للعلاقات العامة الذكية-

- ما هي المكاسب المعرفية والمهنية للعلاقات العامة الذكية في إطار الفضاء الرقمي مستقبلاً؟

2. مدخل مفاهيمي نظري:

1.2. مفهوم الاتصال المؤسسي الرقمي: هو انتقال وتدفق البيانات والمعلومات في شكل "نصي، مسموع، مرئي" بين وحدات المؤسسة وخارجها في الاتجاهات المتنوعة، عبر شبكة الانترنت بواسطة وسائل وتكنولوجيات الاتصال الحديثة ضمن البيئة الرقمية. (صالح، 2017، ص 42)

إن نظام الاتصال الرقمي يتيح العديد من المزايا عند مقارنته بالاتصال التماثلي*، بحيث يقوم بتوجيه المحتوى الأصلي والتحكم في عملية الإرسال والقناة وفك شيفرة الرسائل، كما انه يمتاز بالنشاط والقوة التي تجعل الاتصال مؤسسياً ومُصاناً كوحدة متكاملة عالية الجودة ونقل المعلومات إلى مسافات أبعد، من خلال استخدام وصلات رقمية التي تحافظ على جودة الاتصال من البداية الى النهاية، كما تكمن أيضاً في نظام الحماية ومقاومة التشويش والتداخل وتصحيح الأخطاء إلكترونياً (عكس الاتصال التماثلي). (مصطفى، 2020، ص ص 276-277)

فالنصيحة التي قدمها بيل غيتس (Bill Gates) للمؤسسات ورجال الأعمال هي استخدام الاتصال الرقمي لإعادة تعريف حدود عمل المؤسسة والعاملين فيها، فيقول: "تستطيع الانترنت ان تساعد أي مؤسسة على أمور ليست بالإمكان في الماضي التركيز عليها" (أبو الحجاج، 2018، ص 105)

* Analog communication: نظام تقليدي يُستخدم في الاتصالات الهاتفية وإرسال التلفزيون والترددات اللاسلكية.

2.2. مفهوم الإبستمولوجيا: باختصار هي دراسة العلم من وجهة نظر فلسفية، بمعنى دراسة الأسس والمسلمات التي توجه الخطوات الهادفة إلى حين إدراك الواقع، وهي تتألف من لفظتين (Episté) وتعني المعرفة و(Logie) وتعني فلسفة أو علم، أي فلسفة العلم.

كما عرّفها المعجم الفلسفي (Vocabulaire Philosophique) بأنها بحث نقدي في مبادئ العلوم وفي الأصول المنطقية لهذه المبادئ، أما في المعجم الفرنسي (Le Robert) نجد رابطاً ما بين الفلسفة والعلم، فالإبستمولوجيا هي إذن:

- نظام من الأفكار يبحث في كُنه أسس العلم (Système d'idées qui cherche à établir les fondements d'une science)

- دراسة نقدية للعلوم، مخصصة لتحديد "مصدرها، قيمتها، أهميتها بالنسبة للعلم" (Etude critique des sciences, destinée à déterminer leur origine, leur valeur, leur portée -Théorie de la connaissance)

ومنه فالإبستمولوجيا تبحث في أسس المعرفة قبل أن تسلم بنتائج العملية المعرفية. (سعد، 2017، ص 14)

3.2. مفهوم الاندماج الوظيفي: ارتبط هذا المفهوم بمصطلحات متنوعة مثل "اندماج الأعمال، اندماج الأدوار، الاندماج النشط" إلا أن الاندماج في مجمله يمثل حالة معرفية وسلوكية لكل موظف أو وظيفة من خلال ثلاثة أبعاد أساسية: الاندماج الوظيفي (مع المهام والعمل)، الاندماج العلائقي (مع العمال والجمهور)، الاندماج التنظيمي (مع المنظمة في السعي لتحقيق نتائج عمل إيجابية). (روثويل، 2017، ص 148)، كما يعرف بأنه درجة ارتباط الفرد بوظيفته والتعبير عن معتقداته الفكرية اتجاهها. (مسلم، 2015، ص 90)

الاتصال المؤسسي الرقمي وابستمولوجيا الاندماج الوظيفي في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي

—المنطلقات البنيوية للعلاقات العامة الذكية—

عرّفه "مجلس المفوضية في الولايات المتحدة" بأنه الارتباط العالي الذي يُشعر الفرد بالانتماء الى مؤسسته، وتتعلق بما يعمل به العاملون وسلوكهم وفقاً لأدوارهم وعملهم، في طريقة تحقيق الأهداف لكل من المؤسسة وأنفسهم. (العزي، 2019، ص 250)

أما بالنسبة للمؤسسة ففي ظل ما تشهده من تطورات ومنافسة في البيئة الحاصلة، يتطلب منها قدر كبير من الانفتاح والمرونة والتكامل بين مختلف التخصصات والمعارف، من خلال توظيف الاندماج الوظيفي لأجل مواكبة الجديد في مجال نشاطها ولضمان وجودها وتحقيق الاستقرار والتفوق. (تي وراشدي، 2023، ص 438)

والمقصود به هنا هو الاندماج الوظيفي بين العلاقات العامة وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في ممارسة المهنة، والدمج فيما بينهما (تخصص علوم إنسانية وعلوم التقنية) من أجل بناء مفاهيم مستحدثة (العلاقات العامة الذكية) والعمل على تجسيدها والعمل بها وتطويرها للاستفادة منها في الحقول المعرفية الأكاديمية للعلوم الانسانية والاجتماعية.

4.2. مفهوم الذكاء الاصطناعي: هو دراسة للسلوكيات الذكية مع محاولة لإيجاد السبل لإدخالها وتوظيفها في البرامج والتطبيقات والآلات الاصطناعية. (ويتباي، 2008، ص 15)

هو ذلك الفرع من علوم الحاسب الذي يمكن بواسطته خلق وتصميم برامج للحاسبات التي تحاكي أو تفوق أسلوب الذكاء الإنساني، لكي يتمكن من أداء المهام بدلاً من الانسان والتي تتطلب التفكير والفهم والسمع والتكلم والحركة وغيرها. (الشرقاوي، 2008، ص 23)

عرّفه مارفن لي منسكي (Marvin Lee Minsky) بأنه: بناء برامج الكمبيوتر التي تنخرط في المهام التي يتم إنجازها من قبل البشر وذلك لأنها تتطلب عمليات عقلية

عالية المستوى مثل "التعلم الإدراكي وتنظيم الذاكرة والتفكير النقدي"، وبالتالي الذكاء الاصطناعي هو نظام علمي يتم تصميمه من خلال دراسة الأنشطة والعمليات الحيوية للعقل البشري وأسراره كيف يقرر ويعمل أثناء حل مشكلة ما، ومن ثم استخدام نتائج هذه المعطيات كأساس لتطوير هذه البرمجيات والأنظمة، ومنه برامج وآلات مستقلة قادرة على أداء المهام المعقدة باستخدام عمليات انعكاسية مماثلة لتلك التي لدى البشر، وهذا ما أكدّه عالم الحاسوب الأمريكي جون مكارثي (John McCarthy) على أن الفكرة تتمحور حول دراسة كيفية تدريب الأجهزة والآلات لتقوم بأشياء بشكل أفضل مما يفعلها الإنسان في الوقت الحاضر، لذلك فهو ذكاء مُضاف إليه كل القدرات التي يتميز بها الإنسان للآلة. (موسى وبلال، 2019، ص 20)

ويهدف الذكاء الاصطناعي إلى فهم ومحاكاة طبيعة الذكاء الإنساني وقدرته على حل مسألة معقدة أو اتخاذ قرار في موقف ما، بالرجوع إلى العديد من "العمليات الاستدلالية" المتنوعة التي غُذِيَ بها البرنامج من قبل الإنسان. (بونيه، 1993، ص 11)

5.2. مفهوم العلاقات العامة الذكية: هو تطبيق متطور للتكنولوجيا، تؤدي فيه الآلة الوظائف المعرفية للإنسان مثل التعلم وحل المشكلات، كما عرّفها أيضاً كل من (Galloway & Swiatek) من المنظور الذي يدمج بين دور العلاقات العامة والآلات الذكية في ممارسة المهنة، بأنها: التقنيات التي تُظهر القدرات المعرفية البشرية وأداء وظائف الإنسان في القيام بأنشطة العلاقات العامة، بشكل مستقل أو مع ممارسي العلاقات العامة. (ثابت، 2023، ص 660)

6.2. مفهوم المنطلقات البنيوية: تعرّف على أنها نسق من المعقولية والنظام، وهذا إن دل على شيء إنما يدل على أن المعنى الحقيقي لها لا يتعلق فقط بالصورة والشكل

الاتصال المؤسسي الرقمي وابستمولوجيا الاندماج الوظيفي في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي

—المنطلقات البنيوية للعلاقات العامة الذكية—

فقط، بل دراسة المنظومة المعرفية التي من خلالها يمكن تفسير الشيء أو الظاهرة ومن ثمة التأكد من معقوليتها.

كما أن البنيوية تسعى بكل روافدها إلى تحقيق تطور ورقي العلوم الإنسانية (الاتصال المؤسسي، العلاقات العامة) ومحاولة محاكاتها لبقية العلوم الأخرى (الذكاء الاصطناعي)، ويظهر لنا ذلك جلياً في قول الفيلسوف الفرنسي (Jean Lacroix): "البنيوية هي ذلك النهج الذي ساعد العلوم الإنسانية في هذا العصر على إحراز تقدم عظيم".

كما أن البنيوية لا ترتبط بمجال معين فقط، بل يمكن تطبيقها في شتى مجالات المعرفة الإنسانية، وعلى هذا الأساس وفي محاولة منا أردنا تسليط الضوء على ميزات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تفسير وممارسات مهنة العلاقات العامة في جانبها الحديث، مع وضعها تحت المجهر الإبستمي للتأكد من معقوليتها، قيمتها وأهميتها. (www.moodle.univ-ouargla.dz)

3. التهديدات المحتملة للذكاء الاصطناعي على أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة:

في 13 جوان 2018² ناقشت جمعية العلاقات العامة والاتصالات (PRCA)* الاقتراح التالي: "ستنخفض القوة العاملة في العلاقات العامة بشكل كبير نتيجة الذكاء الاصطناعي والأتمتة"، فكانت النتيجة 09 لصالح الاقتراح و29 ضده، حيث استخدم الفريق صاحب الاقتراح حقائق وأرقام ثابتة كإصدار تحذير بشأن فقدان الوظائف،

* PRCA: هيئة تجارية للعلاقات العامة في المملكة المتحدة.

* الأتمتة: مصطلح معرب من كلمة (Automation) وتعني التشغيل الآلي أو المكننة (Mechanic) للتكنولوجيا والآلات والمعدات داخل بيئة عمل ما.

لكن هـل الفريق المنافس لصالح الذكاء الاصطناعي باعتباره مستقبلاً مشرقاً مليئاً بالفرص الذي سيتحرر فيه ممارسي العلاقات العامة من أدوارهم المبتدئة والتقنية وتفويضها إلى الروبوتات.

وفي ذات السياق اضطرت هيئات صناعة العلاقات العامة الى الاستجابة لعدم اليقين المـني بشأن وظائف العلاقات العامة ووضعها المهدد بتقنيات الذكاء الاصطناعي، فاتخذت استجابات في هذا الصدد، فتم تحديد عدد أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة حالياً في العلاقات العامة والتي قُدرت بما لا يقل عن 150 أداة وفقاً لدراسة أجريت في المملكة المتحدة، وخُصّ التقرير عموماً بتقييم هذه الأدوات على أنها "شيء جيد" مما يمكّن محترفي العلاقات العامة من التصرف "بسرعة وذكاء أكبر" دون أن يتم التعامل معها على أنها "المارد السحري" والدفع بمدراء المنظمات والمؤسسات لإيلاء الاحترام لوظائف الاتصال والعلاقات العامة، وفي النهاية تتوقع أبحاث صناعة العلاقات العامة بارتياح ان تقنيات الذكاء الاصطناعي لا يمكنها أن تحل محل اللمسة البشرية ضمن علاقة المنظمات مع العملاء، كما أوضح مستشار العلاقات العامة والسياسي (Guto Hari) بقوله: "يشكل الذكاء الاصطناعي تهديداً ضئيلاً على مهنتنا، لكنه يوفر الكثير من الفرص لأسباب ليس أقلها أنه سيحدث فساداً في بعض القطاعات وسيحقق اختراقات مذهلة في قطاعات أخرى.. وبصفتنا متصلين، سنتحمل مسؤولية التحدث عن الذكاء الاصطناعي بطريقة إيجابية، مساهمين بذلك في تسهيل الطريق لاستيعابه في الحياة اليومية والمهنية، هذا ما سيسمح لنا بإبراز والتركيز على الجوانب الأكثر إنسانية للوظائف، فالمجتمع يحتاج إلى احتضان الآلات واعتبارها صديقة لا عدوة". (جنيج، 2022، ص ص 115-119)

الاتصال المؤسسي الرقمي واستمولوجيا الاندماج الوظيفي في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي

—المنطلقات البنيوية للعلاقات العامة الذكية—

1.3. الهابيتوس المهني للعلاقات العامة الذكية: يتم التركيز على الهابيتوس* المهني للعلاقات العامة الذكية من خلال التركيز الدؤوب على التفاؤل والمستقبل، بجعلها أمراً لا غنى عنه لعالم المنظمات خاصة بعد الأزمات عندما تعمل العلاقات العامة الذكية دور "القائد المشجع" لاستراتيجيات اتصالية جديدة يحتمل أن تكون مثيرة للجدل، من خلال الأسئلة المطروحة: كيف سيتم تدوين هذا التفاؤل والمستقبل في الحمض النووي للعلاقات العامة الذكية؟ كيف يمكن لجهود العلاقات العامة ألقلمة الذكاء الاصطناعي في الحياة اليومية؟ ما هي انعكاسات هذا التفضيل والتمهيش على تطلعات ممارسة أخلاقيات العلاقات العامة؟ والجواب اليسير أن هابيتوس العلاقات العامة الذكية مرحب به من قبل المنظمات من باب الحاجة لاختراع ونمو جديد كأمر حيوي (تفكير براغماتي) ليأتي الذكاء الاصطناعي باعتباره "المعول" لتحقيق رفاهية المنظمات، والنتيجة تؤول إلى تغيير في الأسلوب حتى ولو كان يتعارض مع تطلعات العلاقات العامة لتكون ممارسة أخلاقية وصالحاً مجتمعياً. (جنيج، 2022، ص ص 116-117)

2.3. التأثيرات السلبية لروبوتات الدردشة الذكية: على الرغم من أن العديد من المنظمات قد تبنت الآن روبوتات الدردشة الذكية كوسيلة فعالة تلعب دوراً متزايداً في الاتصال التنظيمي وتحسين الرسائل وتخصيصها مع المتابعين الحاليين والمحتملين، إضافة إلى دعم فرق الاتصالات خاصة على وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للتفاعل مع الزبائن والعملاء، لكن في الجانب السلبي هذه الروبوتات تفتقر إلى

* **Habitus**: من المفاهيم التي نحتها عالم الاجتماع الفرنسي (Pierre Bourdieu)، وتعني مجموعة من الاستعدادات والمكتسبات والتصرفات المأخوذة اجتماعياً والمهارات وطرق العمل، والتي يتم الحصول عليها من خلال أنشطة وتجارب الحياة اليومية والتنشئة والتبادلات والموروثات الثقافية.

المشاعر واللمسة والمصداقية البشرية كما يشير عالم الانثروبولوجيا الاقتصادية (Brett Scott) بأن المنظمات لن تسمي نفسها بـ"أنا" في مراسلاتها وتعاملاتها المستقبلية، لكن روبوتات العلاقات العامة ستفعل ذلك بالضبط، مما يسمح لنا بالاعتقاد بأننا نتحدث إلى المنظمات بصيغة المتكلم، ويمكن لها أن تشتهر بخدماتها السيئة ولكنها تختبئ وراء الاتصالات الودودة التي يقودها الروبوت، الذي يمكنه أيضاً التكفل بمهمة الدعاية الخبيثة للتلاعب بالمصداقية ونشر وتضخيم وتزييف الأخبار وغيرها من أشكال الممارسات الصحفية والإعلامية، وهو الأمر الذي يتنافى مع أدبيات وأخلاقيات المهنة. (جنيج، 2022، ص ص 130-133)

3.3. نظرية "هوانغ وراست" لاستبدال وظيفة العلاقات العامة بالذكاء الاصطناعي:

طوّر "هوانغ وراست" سنة 2018^٢ هذه النظرية والتي تقسم الذكاء الاصطناعي إلى أربعة مستويات، وهي "الذكاء الميكانيكي، التحليلي، الحدسي والعاطفي" أما تطبيقها على العلاقات العامة يتمثل فيما يلي:

- يتطلب الذكاء الميكانيكي تدريباً أو تعليمًا محدوداً، فمهام العلاقات العامة التي يمكن تصنيفها في هذا النوع من الذكاء هي "توزيع البيانات الصحفية، عمل قوائم الوسائط، عمل نسخ من الصوت والفيديو وتحويلها إلى نصوص".

- أما الذكاء التحليلي يتطلب التدريب والخبرة في البيانات والتحليل، ويتم الحصول على هذه المعلومات من الممارسة والخبرة، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في هذا المستوى هي التعلم الآلي وتحليل البيانات، ومهام العلاقات العامة التي يمكن تصنيفها في هذا النوع من الذكاء هي "مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي وتحديد اتجاهات وسائل الإعلام"

الاتصال المؤسسي الرقمي وابستمولوجيا الاندماج الوظيفي في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي

-المنطلقات البنيوية للعلاقات العامة الذكية-

- أما الذكاء الحدسي أو البديهي هو القدرة على التفكير الإبداعي والتكيف مع الأوضاع الجديدة، ويتضمن مهارات تتطلب رؤية وحل مشاكل إبداعية، ومن الأمثلة على مهام العلاقات العامة في هذا المستوى من الذكاء هم "مديرو او ممارسو العلاقات العامة الذين يعملون كمسيرين لعملية حل المشكلات والتنبؤ وإدارة الأزمات وتقديم التوصيات والإجراءات اللازمة"

- بينما يتطلب الذكاء العاطفي مهارات اجتماعية وتواصلية وبناء علاقات، وتتضمن هذه المعلومات الاستخباراتية القيادية والتأييد والتفاوض، وإن مهمة ممارسي العلاقات العامة كمستشاري خبراء في العلاقات العامة أو واجبات كمسيري اتصالات هي جزء من هذه الاستخبارات. (صابر، 2022، ص ص 319-320)

4. التقاطع الإبستيمي بين الاتصال المؤسسي الرقمي وبرمجيات الذكاء الاصطناعي:

ومن زاوية التأسيس المعرفي لاستخدامات العلاقات العامة لأدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة علاقات العملاء -كأنموذجاً- فإنها تنطلق من براديغمات ونماذج نظرية، تتمثل في:

1.4. نظرية الحضور الاجتماعي الآلي (Automated Social Presence - ASP): في سنة 2017^٢ برز هذا المفهوم* لمعالجة حقيقة أن المؤسسات تدمج بشكل متزايد العديد من السمات المجسّمة (مثل الانسان) في التكنولوجيا الآلية، لإنشاء تجربة خدمة شبه اجتماعية للعميل، والمتمثلة في: انخراط العملاء بشكل متزايد في مع أشكال مختلفة من تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل "المساعدين الصوتيين وروبوتات الخدمة" فيتم

* الحضور الاجتماعي الآلي: يشير إلى مدى تأثير التكنولوجيا على جعل العملاء يشعرون بوجود كيان اجتماعي آخر.

تصميم المساعد الصوتي ليكون أكثر شبيهاً بالإنسان ويتفاعل مع المستهلكين والعملاء في الوقت الفعلي ويؤدي الأدوار الاجتماعية، التي تثير الإحساس بالوجود ككيان اجتماعي في أذهان العملاء، فبالتالي تكون هذه السمة الشبيهة بالإنسان بمثابة إشارات تثير ردود الأفعال وتوفر علاقة الرفقة.

2.4. نموذج تطبيق الذكاء الاصطناعي في إدارة علاقات العملاء: وهو نموذج

مفاهيمي يتضمن استراتيجيات من ثلاث مستويات، على النحو الآتي:

م 1: إدارة معلومات البيانات الضخمة (Information management of Big Data): يحتاج ممارسو العلاقات العامة إلى تحديد الأهداف الاستراتيجية للأعمال، وإنشاء منصة بيانات العملاء التي يمكن التوصل من خلالها إلى معلومات جديدة تساهم في عملية اتخاذ قرارات إدارة علاقات العملاء، وذلك من خلال: بناء منصة/ قاعدة بيانات فريدة لبيانات العملاء، الاستفادة من إمكانيات تحليلات البيانات الضخمة لدعم قدرة المؤسسة على تحديد العملاء المربحين وجذبهم والاحتفاظ بهم، دمج المعلومات مع مصادر البيانات الجديدة في قرارات إدارة علاقات العملاء، توضيح حدود الوصول إلى البيانات (الخصوصية) وإدارة أخلاقيات البيانات.

م 2: تحقيق تقني لتطبيق الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي على أنشطة إدارة علاقات العملاء (Technology investigation of AI and ML techniques applied to CRM activities): يتم استخدام تقنيات وخوارزميات محددة تهدف إلى حل تحديات الأعمال المحدودة المتعلقة بعلاقات العملاء، ويتطلب ذلك من خلال: اختيار الخوارزميات الملائمة المبنية على الغرض من التطبيق المستخدم، تطوير وظيفة ومهمة وقدرات جديدة للمؤسسة، تحديد التغيرات الاستراتيجية والإجرائية والتنظيمية المستهدفة.

الاتصال المؤسسي الرقمي وابستمولوجيا الاندماج الوظيفي في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي
-المنطلقات البنوية للعلاقات العامة الذكية-

م 3: تحول الأعمال المدارة بالذكاء الاصطناعي (AI driven bussiness transformation): في الخطوة الأخيرة يُدير الذكاء الاصطناعي علاقات العملاء، وتحقق الاستراتيجية بالكامل من خلال: الاختيار ما بين تقديم الخدمات من المنزل مقابل التنفيذ من الخارج، تحديد مستوى الأتمتة (Automation Augmentation)، بناء الموارد التكنولوجية، إدارة التغيرات الاستراتيجية والإجرائية والتنظيمية المستهدفة، إدارة السلوكيات التفاعلية للبشر والذكاء الاصطناعي.

3.4. نظرية الاتصال الحوارية (Theory of dialogue Communication): تُعد تطوراً لنموذج العلاقات العامة الممتازة (نظرية الامتياز) وهو النموذج الرابع لـ "جرونج" الذي يركز على نمط الاتصال المتماثل بين المؤسسة وعملائها، وتعتمد على خمسة مؤشرات تتمثل في: سهولة استخدام الموقع (Ease of interface) حيث ينبغي أن يتم الموقع الإلكتروني للمؤسسة بسهولة التصفح والاستخدام، الاحتفاظ بزوار الموقع (Conversation of visitors) من خلال إنشاء مواقع التي تُبقي الزوار مستفيدين بتصفحهم للموقع دون الذهاب إلى موقع آخر، تشجيع معاودة زيارة الموقع (Generation of return visits) حيث تُنشئ المؤسسات مواقع إلكترونية تحظى باهتمام المستخدمين مما يدفعهم إلى إعادة زيارة موقع المؤسسة مرات أخرى، المعلومات المفيدة (Usefulness of informations) بحيث يجب أو توفر المؤسسة معلومات مفيدة ذات محتوى مفيد من وجهة نظر العملاء وليس من وجهة نظر تلبية احتياجات المؤسسة فقط، توفر فرصة للحوار التفاعلي (Dialogue loop) من خلال إنشاء المواقع الإلكترونية وبذلك يستطيع العملاء المشاركة والتصويت على القرارات والموضوعات وطرح الأسئلة وتقوم المؤسسة بالإجابة عليها. (ثابت، 2023، ص ص 671-674)

5. الآفاق الأكاديمية والمهنية لجهاز العلاقات العامة الذكية داخل البيئة الرقمية:

- 1.5. التصميم المنهجي لبحوث العلاقات العامة في البيئة الرقمية: يجب أن تهتم الدراسات المستقبلية بتعددية العُدة التقنية والعلمية التي تستخدمها المؤسسات بهدف التحليل الثري والمتعمق لقضية العلاقات العامة الذكية، خاصة في الدول التي لم تُدرس فيها هذه القضية بكثافة وعمق، مثلما هو الحال في مجتمعاتنا العربية مقارنة بالمجتمعات الغربية، ويمكن تحديد أهمها فيما يلي:
 - استخدام المنصات الرقمية كأدوات للبحث وجمع البيانات والمعلومات مثل عقد المقابلات المعمقة مع ممارسي العلاقات العامة الرقمية، ممثلي المجموعات، المدونين عبر Skype or Google Hangouts.
 - الاستفادة من البرامج والتطبيقات الحديثة في تحليل البيانات التي يوفرها استخدام العلاقات العامة الذكية للمنصات الرقمية من أجل حصر واستيعاب "عدد التعليقات، المشاركات، المنشورات" من جانب المؤسسة والجمهور.
 - تنويع المجتمعات البحثية وأنماط وأحجام العينات التي يتم الاعتماد عليها في دراسة العلاقات العامة الرقمية، بما يحقق فهماً متعمقاً وأكثر شمولاً وإتاحة الفرصة لتطوير البناء المعرفي والفكري عن نموذج العلاقات العامة الذكية وأخلاقيات ممارستها. (خليل ، 2021، ص 106)

2.5. العلاقات العامة الذكية ومحاكاة الواقع بتقنية الميتافيرس (Metaverse):

ويستخدم هذا المصطلح لوصف مفهوم الإصدارات المستقبلية للانترنت، حيث يكون فيه المستخدمون كآفاتار (Avatar)* ما يمكنهم من التفاعل مع بعضهم البعض عبر تطبيقات وبرامج ضمن مساحة افتراضية ثلاثية الأبعاد، كما أنه يمثل التقارب

* أو التجسّد، وتشير إلى صورة أو شخصية ثنائية أو ثلاثية الأبعاد، لمستخدمي الانترنت في المنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي والدرشة والتطبيقات، يقومون باختيار شكلها لتمثيلهم في العالم الافتراضي.

الاتصال المؤسسي الرقمي وابستمولوجيا الاندماج الوظيفي في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي

—المنطلقات البنيوية للعلاقات العامة الذكية—

السلس لحياتنا المادية والرقمية عبر إنشاء مجتمع افتراضي موحد لتمكين الأفراد والمؤسسات من تعميق وتوسيع التفاعلات الاجتماعية رقمياً، كما أنها تُعتبر تقنية مفتوحة لكافة المتعاملين والمؤسسات في مختلف المجالات لاعتماد نهج جديد للعلاقات العامة الذكية، عبر محاكاة الواقع الافتراضي بمختلف ثناياه والسعي للترويج لمختلف أنشطتها وخدماتها، وهو ما يساعد ممتني العلاقات العامة في المؤسسات للاستعداد والجاهزية للانطلاق لهذه الثورة والبقاء في صدارة المنافسة، وبالتالي محاكاة العلاقات العامة الذكية للواقع عبر تقنية الميتافيرس يؤدي إلى إنشاء عالم جديد تماماً باستخدام الواقع المعزز (Augmented Reality) الذي يُضاف فيه عناصر رقمية* إلى المنظر مباشرة، وتعزيز الواقع الافتراضي (Virtual reality) باستخدام مختلف أجهزة الواقع الافتراضي* مما يؤدي إلى الواقع المختلط (Mixed Reality) بين (AR-VR) الذي تتفاعل فيه الكائنات الواقعية والرقمية، داخل الواقع الممتد (Extended Reality)* حيث يمكن فيه للمؤسسة إجراء عروض افتراضية من أي مكان في العالم وعرض علاماتها التجارية وأفكارها الفريدة بطريقة جذابة لاستلهاام الجماهير. (مقاش، 2022، ص ص 79-80)

6. تحليل النتائج: انطلاقاً مما تقدّم عرضه في هذا الموضوع نستخلص مجموعة من النتائج التي تم التوصل إليها بواسطة توفر بعض الدلالات الأساسية التي تم استباطها طبعاً عن طريق الاستعانة بالملاحظة العلمية البسيطة لموضوع البحث، والذي تمثل في

* AR: مثل "النظارات الذكية، الهواتف الذكية، الأقراص التفاعلية، أجهزة الاستشعار"

* VR: مثل "نظام العرض ثلاثي الأبعاد، الوحدات الحسية من خلال اللمس، الحساسات الحركية لتتبع حركات العينين والرأس واليدين والجسم، الروبوتات لتحريك الأشياء.. نجدها في "Google Cardboard، Oculus Rift، HTC Vive"

* Extended Reality: مصطلح شامل يغطي جميع التقنيات المختلفة التي تعزز حواسنا، سواء كانت تقدم معلومات حول العالم الفعلي أو تنشئ عوالم محاكاة غير واقعية تماماً لنختبرها، وهي تشمل جميع تقنيات الواقع الثلاث (AR-VR-MR)

مقترحات نظرية حول موضوع الاتصال المؤسساتي الرقمي وابستمولوجيا الاندماج الوظيفي في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي. وأيضا من خلال الإشارة للمنطلقات البنيوية للعلاقات العامة الذكية (البراديغمات الجديدة) الواجب تطويرها لتصبح وعاء معرفيا قادر على احتواء وتفسير مختلف المستجدات التكنولوجية التي تتسارع في إطار برمجيات الذكاء الاصطناعي، وتمثلت النتائج المتوصل إليها في ما يلي:

- الاتصال المؤسساتي الرقمي يساهم في تحسين الخدمة العمومية والادارية بشكل تدريجي، فملاحظ هو وجود نقلة نوعية من التوثيق الإداري الورقي إلى التدوين الرسمي الإلكتروني.

- الاندماج الوظيفي بين الاتصال المؤسساتي والذكاء الاصطناعي على المستوى المعرفي غير واضح حاليا. إلا أنه يمكن استشعار بعض المؤشرات المتمثلة في مجموعة من الدراسات العلمية التي تدل نوعا ما على إمكانية التوظيف التكاملي لهذه الوسائط في عمليات التسيير الإداري مستقبلا. (بمعنى المستقبل القريب).

- الجدل المعرفي بين العلماء والمختصين حول ظاهرة الذكاء الاصطناعي لا يزال في مرحلة المد والجزر. ذلك أن الفصل في هذه المسألة يتأرجح بين مؤيد ومعارض للتأثيرات المحتملة للذكاء الاصطناعي التوليدي على الصعيد السلبي أو الإيجابي.

- الاهتمام بإبستمولوجيا الاندماج الوظيفي بين فلسفة العلاقات العامة (المدرسة الكلاسيكية) ومفهوم الذكاء الاصطناعي يعتبر قليلا جدا إن لم نقل معدوم. وهذا راجع إلى ندرة الأبحاث والملاحظات التي تسلط الضوء على مثل هذه المتغيرات والإشكاليات.

- البنية المعرفية للعلاقات العامة الذكية هي الآن قيد الإنشاء فلا يمكن الحديث عن الجوانب الروبوتية لأنشطة العلاقات العامة دون استفتاء أكبر قدر ممكن من

الاتصال المؤسسي الرقمي واستمولوجيا الاندماج الوظيفي في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي

-المنطلقات البنيوية للعلاقات العامة الذكية-

الشروط والمبررات الميدانية والنظرية المرتبطة أساسا بالظاهرة محل الدراسة.(دور العنصر الزمني في تحقيق مساعي التنظير للمنطلقات البنيوية للعلاقات العامة الذكية)

* التوصيات والاقتراحات: وفي خضم هذه النتائج يجب البحث عن الحلول والاقتراحات الكفيلة نسبيا بمعالجة هذه الاشكالية، والتي تم استعراضها على النحو التالي:

- فعالية العلاقات العامة الذكية داخل الحيز المؤسسي تتطلب الوقوف (تحديد الإيجابيات) على ما يمكن أن تضيفه برمجيات الذكاء الاصطناعي لمنظومة الاتصال الإداري الرقمي وجهاز العلاقات العامة بشكل عام.

- العمل على تطوير أنماط الاتصال المؤسسي الرقمي لتصبح أكثر تناسبا مع ما تفرضه تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وذلك من خلال البحث عن آليات التحديث المستمر لمنظومة الاتصال والعلاقات العامة حتى تستفيد المؤسسة من مختلف الوسائط الذكية.

- الاندماج الوظيفي بين الاتصال المؤسسي الرقمي و تطبيقات الذكاء الاصطناعي وفق المنظور الإستراتيجي يحتاج إلى بذل مجهودات معرفية كبيرة تتمظهر في كل ما يوجد به الباحثين في كافة الفروع العلمية ذات الصلة.(تكريس مبدأ التداخل المعرفي المؤسسي)

- ضرورة تحديد المفاصل الأساسية لمفهوم المنطلقات البنيوية للعلاقات العامة الذكية وذلك عن طريق التكثيف من النقاشات الأكاديمية حول أهمية هذه الجهاز

الاتصالي في المؤسسة إضافة إلى تبيان الجدوى الاقتصادية لهذا المشروع على أرض الواقع.

- إن تفسير الحالة التي من المفروض أن تكون عليها العلاقات العامة الذكية تستلزم الاستعانة بالتراث النظري لكل من العلاقات العامة في شكلها البسيط أو الرقمي، واللذان سيشكلان بدورها قاعدة فعلية للانطلاق نحو بناء نموذج إرشادي جديد قادر على تقديم تفسيرات منطقية لما تحدثه تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات.

7. خاتمة:

إن فهم ظاهرة الذكاء الاصطناعي يعتبر من أولويات تحقيق الأمن الإنساني، فأني سوء في تقدير مخاطر هذا العارض المستحدث سيجعلنا غير قادرين لاحقا على التحكم في هذه التقنية، وبالتالي فإن مسألة الاتصال المؤسساتي الرقمي وابستمولوجيا الاندماج الوظيفي في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي. تحتم علينا إعادة النظر كليا في كيفية استغلالنا للوسائط الآلية. وهذا بالنظر لمقدرتها على منافسة المهارات البشرية في ممارسة الاتصال وكذلك مزاولة الأعمال الإدارية المعقدة، إذ أنه من الأرجح أن نبحت اليوم عن سبل التوازن المتاحة بين العنصر البشري والروبوتات في تسيير الوظائف التنظيمية والاتصالية وتفعيلها وفق ما تقتضيه منظومة العلاقات العامة الذكية داخل المؤسسة.

8. قائمة المراجع:

- أحمد تي ونعيمة راشدي، أثر الثقافة التنظيمية على الاندماج الوظيفي للعاملين، مجلة المهمل الاقتصادي، المجلد 06، العدد 01، 2023؛
- آلان بونيه، الذكاء الاصطناعي "واقعه ومستقبله"، ترجمة علي صبري فرغلي، مجلة عالم المعرفة، العدد 172، 1993؛
- إنجي محمد أبو سريع خليل، الاتجاهات الحديثة في بحوث أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 20، العدد 01، 2021؛
- بلاي ويتباي، الذكاء الاصطناعي، ترجمة قسم الترجمة، ط1، (مصر: دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، 2008)؛
- جنيح أمين، مشجعو الذكاء الاصطناعي "العلاقات العامة، النيوليبرالية والذكاء الاصطناعي"، مجلة ضياء للبحوث النفسية والتربوية، المجلد 03، العدد 01، 2022؛
- حسين سعد، براديغمات البحوث الإعلامية، ط1، (لبنان: دار المهمل، 2017)؛
- رياض طاهير (2016)، المنهج البنيوي، <https://moodle.univ-ouargla.dz/course/info.php?id=4790&lang=ar> (09/06/2023)
- سعد علي العنزي، الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية (الأردن: دار اليازوري، 2019)؛
- شيماء عبد العاطي صابر، اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البنوك المصرية، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد 12، 2022؛
- عبد الله حسن مسلم، إدارة الجودة الشاملة (الأردن: دار المعتز للنشر والتوزيع، 2015)؛
- عبد الله موسى، أحمد حبيب بلال، الذكاء الاصطناعي "ثورة في تقنيات العصر"، ط1 (مصر: دار الكتب المصرية، 2019)؛

- عصام الدين مصطفى، الصحافة الالكترونية وأثرها على المؤسسات المعلوماتية (مصر: دار الفكر الجامعي، 2020)؛
- غادة سيف ثابت، الاتجاهات الحديثة لاستخدامات العلاقات العامة في إدارة الخدمات الحكومية بأدوات الذكاء الاصطناعي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 82، 2023؛
- محمد علي الشرقاوي، الذكاء الاصطناعي والشبكات العصبية (مصر: مطابع المكتب المصري الحديث، 2008)؛
- محمد وليد صالح، محتوى الاتصال في العلاقات العامة النوعية، ط 1 (الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2017)؛
- ويليام روثويل، خلق موظفين مندمجين ومتفاعلين، ط 1 (مصر: مركز الخبرات المهنية للإدارة، 2017)؛
- يوسف أبو الحجاج، بيل غيتس فارس ميكروسوفت (مصر: الدار الذهبية للنشر والتوزيع، 2018)؛
- يوسف مقعاش، الاتجاهات الحديثة للعلاقات العامة الرقمية، وتفاعلها مع المحيط الخارجي، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 05، العدد 04، 2022؛