



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ميسان
كلية التربية الاساسية

مجلة ميسان
للدراسات الاكاديمية
العلوم الانسانية والاجتماعية والتطبيقية

ISSN (Paper)- 1994- 697X

(Online)- 2706- 722X



المجلد 23 العدد 49 السنة 2024

مجلة ميسان للدراسات الاكاديمية

العلوم الانسانية والاجتماعية والتطبيقية

كلية التربية الاساسية - جامعة ميسان - العراق

ISSN (Paper)-1994-697X

(Online)-2706-722X

مجلد (23) العدد (49) اذار (2024)

ISSN
INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER
INTERNATIONAL CENTRE

OJS / PKP
www.misan-jas.com

IRAQI
Academic Scientific Journals



ORCID

OPEN ACCESS



journal.m.academy@uomisan.edu.iq

رقم الايداع في دار الكتب والوثائق بغداد 1326 في 2009

الصفحة	فهرس البحوث	ت
12 – 1	Impact of Vitamin D3 Deficiency on Liver and Adipose Tissue in Pregnant Mice Amenah Salman Mohammed	1
23 – 13	Diagnostic potential of salivary MMP-9 to differentiate between periodontal health and disease in smokers and non-smokers Tamarah Adil Mohammed Hussein Omar Husham Ali	2
35 – 24	Salivary IL-10 and TNF-α levels in Dental Caries Detection in Pediatric β-Thalassemia Major Patients Ban Hazem Hassan Zainab Abduljabbar Athab	3
46 - 36	Compare Robust Wilk's statistics Based on MM-estimator for the Multivariate Multiple Linear Regression Thamer Warda Hussein Abdullah A. Ameen	4
58 – 47	Curvature Inheritance Symmetry of C_9 –manifolds Mohammed Y. Abass Humam T. S. Al-Attwani	5
67 - 59	The issues of cultural expressions untranslatability from Iraqi Arabic into English language Ahmed Mohamed Fahid	6
80 - 68	Hematological and biochemical parameters changes associated with Coronavirus Disease (COVID-19) for some patients in Missan Province Anas, S. Abuali	7
89 - 81	Evaluation of the diagnostic efficacy of salivary malondialdehyde among smokers and nonsmokers with periodontal disease: A case-control study Haneen Fahim Abdulqader Maha Sh. Mahmood	8
104 - 90	Mapping the Slopes' Geomorphological Classification Using Geomatics Techniques: A Case Study of Zawita, Iraq Mohammed Abbas Jaber Al-humairi Elaf Amer Majeed Alyasiri	9
112 - 105	Enhancement methods of intrusion detection systems using artificial intelligence methods (TLBO)Algorithm. Mohammed Saeed Hashim Al-Hammash Haitham Maarouf	10
124 - 113	In Silico Interaction of Select Cardiovascular Drugs with the Developmental Signal Pathway Pax3 Sarah T. Al-Saray	11
135 - 125	Influence of gingivitis in preterm delivery on serum biomarkers COX-2 and PGE-2 Shaden Husham Maddah Ghada Ibrahim Taha	12
143 - 136	Detection and Identification of Chlamydia causing Ear infection by PCR. Rabab Saleh Al.sajedy Ghaida'a . J. AL.Ghizzawi	13
152 - 144	Metric areas and results of best periodic points Maytham zaki oudah Al Behadili	14
157 - 153	Structural and Optical Properties of Co doped CdS Nanoparticles Synthesised by Chemical Method Uday Ali Sabeeh Al-Jarah Hadeel Salih Mahdi	15
166 - 158	The occurrence of <i>Lactobacillus</i> and <i>Candida albicans</i> in patients with thyroid disorders Riam Hassoun Harbi Maha Adel Mahmood	16

173 - 167	An overview of the loquat's (Eriobotrya japonica) active components Shahad Basheer Bahedh Dina Yousif Mohammed	17
183 - 174	Study the mineralogy of Al-Faw soil in southern Iraq and determine swelling properties by indirect methods Haneen.N. Abdalamer Huda.A.Daham	18
192 - 184	The Role of pknF and fbpA as a virulence genes with Interleukin4-and 6, in the Pathogenesis of Tuberculosis Samih Riyadh Faisal	19
203 - 193	لغة الانفعال في النص الشعري التسعيني أحمد عبد الكريم ياسين العزاوي	20
218 - 204	الحماية الدستورية لحقوق الأطفال عديمي الجنسية في التعليم في التشريعات العراقية (دراسة مقارنة) الباحث كامل خالد فهد هند علي محمد	21
230 - 219	التنبؤ بالطلب على الخزين باستعمال الشبكات العصبية الاصطناعية مع تطبيق عملي أيمن خليل اسماعيل لمياء محمد علي حميد	22
240 - 231	بعض التقديرات المعلمية واللامعلمية لأنموذج الانحدار الدائري بالحاكاة رنا صادق نزر عمر عبد المحسن علي	23
258 - 241	القتل في القران والسنة (دراسة في الاسباب والاثار والوقاية) جاسب غازي رشك	24
271 - 259	الطريقة الصوفية البكتاشية دراسة تحليلية جبار ناصر يوسف	25
286 - 272	السياسات التعليمية في الفكر الإسلامي مدخل لتعزيز البناء الاجتماعي حامد هادي بدن	26
306 - 287	دراسة سنديّة لحديث: (أهل بيتي أمان لأمتي...) وفق المنهج الحديثي عند أهل السنّة حكمت جراح صبر	27
321 - 307	القياس والافصاح المحاسبي عن الانتاج المرئي وفق معايير المحاسبة الدولية رائد حازم جودة خوله حسين حمدان	28
332 - 322	اسس تطبيق فن الايكيبانا في دروس الإشغال الفنية بقسم التربية الفنية سهاد جواد فرج الساكني	29
353 - 333	تنبؤ العلاقات العامة بالأزمات عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي ليث صبار جابر	30
374 - 354	روايات أهل البيت (ع) في مدح وذم أهل الكوفة دراسة تحليلية محمد جبار جاسم	31
385 - 375	تجليات الصراع الوجودي في لامية اوس بن حجر مشتاق طالب منعم	32
392 - 386	ازدواجية الهوية الدينية وفهم الذات في رواية (عازف الغيوم) لعلي بدر أنموذجا نور خليل علي	33
402 - 393	مشروع الحلف الاسلامي السعودي وموقف الكيان الصهيوني (دراسة تحليلية في الوثائق الامريكية) سعد مهدي جعفر	34

تنبؤ العلاقات العامة بالأزمات عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي

ليث صبار جابر

جامعة ميسان / كلية العلوم السياسية

المستخلص:

يهتم البحث في تحديد رؤية علمية واضحة لأهمية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي من قبل ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، فضلاً عن دراسة أهميتها في التنبؤ بالأزمات وأدائها، والتعرف على أكثر التطبيقات الذكية التي سيتم الاعتماد عليها مستقبلاً والتحديات التي تواجهها، حيث أظهرت نتائج البحث أن نسبة 78% من المبحوثين رجحت أسبقية إجاباتهم لفئة (أتفق) على إن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تمارس مهاماً معقدة تتطلب أشرابات بشرية في عملها لتحسن أدائها، كما أظهرت النتائج أن نسبة 78% من المبحوثين رجحت أسبقية إجاباتهم لفئة (أتفق) على إن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تنتبأ بالأزمات قبل وقوعها وتقدم الآليات التي تعمل على مواجهتها، فيما لم يتفق أغلب المبحوثين على وجود الأطر القانونية الكفيلة بتحقيق الأمن المجتمعي ومنع سوء استخدام تلك التطبيقات .

الكلمات المفتاحية: التنبؤ ، العلاقات العامة ، الأزمات ، الذكاء الاصطناعي ، ممارسي العلاقات العامة .

Predicting public relations crises through artificial intelligence applications

Leith Sabbar Jabeer

University of Misan / College of Political Science

leith_sabar@uomisan.edu.iq<https://orcid.org/0000-0002-1677-7370>**Abstract**

The research is interested in defining a clear scientific vision of the importance of employing artificial intelligence applications by public relations practitioners in government institutions, as well as studying its importance in predicting and managing crises, and identifying the most intelligent applications that will be relied upon in the future and the challenges they face, as the research results showed that the percentage 78% of the respondents preferred the priority of their answers to the category (I agree) that artificial intelligence applications perform complex tasks that require human participation in their work to improve their performance. The results also showed that 78% of the respondents preferred the priority of their answers to the category (I agree) that artificial intelligence applications predict crises. before they occur and provide mechanisms that work to confront them, while most of the respondents did not agree on the existence of legal frameworks capable of achieving societal security and preventing misuse of these applications .

Keywords: Forecasting, public relations, crises, artificial intelligence, public relations practitioners.



ISSN (Paper) 1994-697X

ISSN (Online) 2706-722X

DOI:

<https://doi.org/10.54633/2333-023-049-030>

المقدمة:

تعد الأزمات من الأحداث المهمة والمؤثرة في حياة الفرد والمجتمع والمؤسسة ، فلا توجد مؤسسة بغض النظر عن حجمها وطبيعة نشاطها يمكن استثنائها من التعرض لأزمة ما ، وبذلك أصبحت تشكل مصدراً مقلقاً لإداراتها والعاملين فيها والمتعاملين معها ، بسبب صعوبة السيطرة على متغيرات البيئة وانعكاساتها على الأداء المؤسسي ، وعدم تبني تطبيقات وتقنيات حديثة ملائمة لاحتواء تلك المتغيرات ، لذا إن التنبؤ بالأزمات يحتاج إلى تقدير كامل لإبعاد الموقف واحتمالات خطورته ، وهذا في الواقع يلقي مسؤولية كبيرة على عاتق ممارسي العلاقات العامة في مواجهتهم للأزمات ودورهم في إقامة خطوط عريضة للاتصال بالجمهور وكسب ثقته ، ونتيجة لما أفرزته الثورة الرقمية من تطبيقات جديدة وخوارزميات متقدمة في الذكاء الاصطناعي ، عمل ممارسي العلاقات العامة على توظيفها للتنبؤ بالأزمات وتحديد خطورتها ، حتى أدى ذلك إلى تقديم مفاهيم جديدة للعالم وأحداث تحولاً كبيراً في مجال الإعلام الرقمي ، وانعكاساته على الممارسة المهنية داخل بنية المؤسسات ، لاسيما أن تلك التطبيقات تحاكي السلوك البشري وعمليات الإدراك والاستنتاج المنطقي عبر برامج متنوعة ، ولديها القدرة على معالجة المشاكل وتغيير مسار العمل وجعله أكثر دقة وسرعة .

يمثل الذكاء الاصطناعي أهم مخرجات الثورة الرابعة لتعدد استخداماته في المجالات الاقتصادية والعسكرية والصناعية والطبية والتعليمية والخدمية وغيرها ، إذ انه مع التطور التكنولوجي الهائل وما يشهده العالم من تحولات سريعة ، سيكون الذكاء الاصطناعي محرك التقدم والنمو والازدهار ، وقد بادرت بعض الدول المتقدمة والمؤسسات الضخمة بالتطلع للمستقبل ، بل والدخول إليه والتنافس على تطبيقاته ، والاستثمار في تفعيل تقنيات الجيل الرابع من الثورة الصناعية وعلى رأسها الذكاء الاصطناعي لتحقيق أهدافها التنموية ، عن طريق ما تقدمه تلك التطبيقات من الحلول للعديد من المشكلات فضلاً عن المعلومات والاستشارات الدقيقة والتنبؤ بالإخطار ، فضلاً عن تأثيراتها الإيجابية في تقليل الاعتماد على العنصر البشري وخلق ثقافة الذكاء الاصطناعي لدى فئات المجتمع ، وعما قريب سيشهد العالم ظهوراً حقيقياً لأنماط وظيفية غير اعتيادية في مجالات عديدة في الحياة من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، التي ستجعل مستقبل البشر غامضاً والتنبؤ به صعباً للغاية ، وستبدأ المؤسسات الكبرى في تغيير صيغة العمل وستخبرك في أي مستوى مناسب حسب ما تمتلكه من مهارات تقنية ، وهذا معناه إن المهارات والتعليم سيكتسبا أهمية كبيرة تتزايد مع مرور الوقت لأن الأعمال التي ستبقى مطلوبة في سوق العمل ستحتاج علماءاً وتدريباً وليس لمجهود عضلي .

وفي ضوء ما تقدم ، فأنا نعلم أن هناك قدراً هائلاً من الضجة حول الذكاء الاصطناعي حيث يراه البعض تهديداً مطلقاً لواقعنا ، في حين يعتقد آخرون أنه المنقذ الذي سيحل أكبر التحديات الإنسانية ، من هنا جاء هذا البحث عبر أطره المنهجية والمعرفية والميدانية ليتناول العلاقة بين العلاقات العامة والتنبؤ بالأزمات التي تتعرض لها المؤسسات عبر توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي .

منهجية البحث**أولاً : مشكلة البحث:**

هناك حقيقة يعرفها الجميع هي إن المؤسسات واجهت ظروفًا وصعوبات بالغة ، متأتية من عوامل عدة منها السياسات المؤقتة ، وضع البيئة الخارجية ، نقص الأموال اللازمة ، وإفرازات البيئة الرقمية المتحولة هذه العوامل بمجملها شكلت تحدياً للمؤسسات في إنجاز مهماتها وتحقيق أهدافها وأثرت على النظام المؤسسي بأكمله ، وبالتالي انعكس ذلك على أداء العلاقات العامة وفي طبيعة اتصالها ، وباتت تشهد طفرة نوعية نحو التحول الرقمي ومجبرة على مواكبة التطورات التي أحدثتها الثورة الرابعة ومضامينها في (الأتمتة ، التقارب في الواقع الفعلي والرقمي ، قلة الجهد ، اختصار الوقت ، اللامكانية) ، لذا تنطلق مشكلة بحثنا في تحديد رؤية علمية واضحة لأهمية دراسة وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي من قبل ممارسي العلاقات العامة في التنبؤ بالأزمات وكيفية أدائها ، واتخاذ القرارات المناسبة ، وصياغة الرسالة الاتصالية ، فضلاً عن أكثر التطبيقات التي سيتم الاعتماد عليها مستقبلاً والتحديات التي تواجهها ، وبما ينعكس على مواكبة التطور الحاصل في المجتمعات المتقدمة ،

من خلال الإجابة على تساؤل رئيسي مفاده (ما طبيعة انعكاسات تطبيقات الذكاء الاصطناعي على عمل ممارسي العلاقات العامة في التنبؤ بالأزمات وإدارتها؟) , وعن طريق هذا التساؤل تتفرع التساؤلات الآتية :

الكشف عن مدى معرفة ممارسي العلاقات العامة بطبيعة تطبيقات الذكاء الاصطناعي واستخداماتها؟

ما التصور المستقبلي لممارسي العلاقات العامة حول التأثيرات التي تحدثها تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمل العلاقات العامة؟

ما أهم التطبيقات الرقمية للذكاء الاصطناعي التي يوظفها ممارسي العلاقات العامة في التنبؤ بالأزمات وتحقيق أهداف المؤسسة؟

ما أهم مجالات تطبيق تطبيقات الذكاء الاصطناعي من قبل ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية ؟

ما التحديات التي يواجهها ممارسي العلاقات العامة وتحيل دون الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي ؟

ما الآليات المستقبلية المتبعة من قبل ممارسي العلاقات العامة لمواجهة الإخطار المحتملة نتيجة سوء استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ؟

ثانياً : أهمية البحث:

يأتي هذا البحث انطلاقاً من الجدل الذي أثارته تطبيقات الذكاء الاصطناعي، حيث يراها البعض تهديداً مطلقاً لواقعنا، في حين يعتقد آخرون أنها البديل الذي سيحل أكبر التحديات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة، من خلال ما تنتجه تلك التطبيقات الذكية من إمكانات هائلة، وبالتالي سينعكس ذلك على تعزيز أدائهم المهني .

تتمثل أهمية البحث الحالي في تناوله تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي كأحد أهم المفاهيم الرقمية التي انتشر استعمالها حديثاً , ودورها بالغ الأهمية في تقديم الخدمات والتوقع بالمخاطر وإدارتها قبل تفاقمها .

يساعد البحث القائمين على عمل العلاقات العامة بتطوير مهاراتهم التقنية والمهنية كونه يضعهم في صورة أنماط استخدام القائم بالاتصال لهذه التطبيقات وأساليبهم في التفاعل معها .

يساعد هذا البحث على بيان أهم التطبيقات الرقمية والدور الذي تؤديه في التنبؤ بالأزمات قبل وقوعها فضلاً عن كيفية إدارتها من قبل ممارسي العلاقات العامة داخل المؤسسات .

يفتح البحث مجالاً بحثياً كبيراً للباحثين في تخصصات الإعلام الذكي والعلاقات العامة الرقمية , وفتح مجالات أكبر وأوسع في إعداد البحوث التي تخص التطبيقات الرقمية .

بيان رؤية ممارسي العلاقات العامة للدور الذي تؤديه تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بالأزمات والاستعداد لها , وتشجيع المؤسسات الإعلامية على توظيفها في ظل التطور التكنولوجي الحاصل .

ثالثاً : أهداف البحث:

تتميز البحوث العلمية بوجود أهداف وغايات تسعى لتحقيقها، لذا فإن البحث الحالي يرمي إلى :

التعرف على اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات المستهدفة حول استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في

التنبؤ بالأزمات وإدارتها وانعكاس أهمية تلك التطبيقات على الممارسة المهنية .

تحديد طبيعة التأثيرات التي تحدثها تطبيقات الذكاء الاصطناعي لممارسي العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات .

التعرف على أنواع الأدوات والتطبيقات الرقمية التي يستخدمها ممارسي العلاقات العامة في التنبؤ بالأزمات وإدارتها .

التعرف على طبيعة المجالات التي يتم فيها توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي من قبل ممارسي العلاقات العامة من أجل التنبؤ بالأزمات .

الوقوف على أهم التحديات التي تواجه عمل ممارسي العلاقات العامة في استخدامهم لتطبيقات الذكاء الاصطناعي أثناء تعاملهم مع الأزمات وإدارتها .

التعرف على الآليات المستقبلية المتبعة من قبل ممارسي العلاقات العامة لمواجهة الإخطار المحتملة نتيجة سوء استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي .

رابعاً : فرضية البحث:

الفرض "تعميم أو حكم أولي عن العلاقة بين المتغيرات الواردة في البحث" ويؤكد أن الفروض العلمية هي جوهر العملية البحثية، وقد يؤدي اختبار الفروض إلى إثبات صحتها أو العكس أو إثبات صحة جزء منها وإثبات عدم صحة بقيةها، وتعد نتيجة اختبار فرض أو فروض البحث نتيجة البحث نفسه (Al-Jama، 1999) ، لذا أفترض الباحث التحقق والاختبار من الفرضية الآتية (كلما زاد توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة زاد معه التنبؤ بحدوث الأزمات وأدائها) .

خامساً : نوع البحث ومنهجه:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهتم بالظروف والعلاقات القائمة والممارسات الشائعة ووجهات النظر والقيم والاتجاهات عند الناس والتأثيرات التي يستشعرها الأفراد ، من خلال الحصول على معلومات دقيقة تصور الواقع الاجتماعي وتسهم في تحليل ظواهره والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره (Abrash، 2008) ، وقد حددنا استخدام المنهج المسحي باعتباره الأنسب لدراسة هذا الموضوع ، إذ يعد من أكثر المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية ، وتتلخص المنهجية في جمع آراء مجموعة من الأفراد في موضوع ما أو قضية ما ومحاولة الحصول على الإجابات (2016)، (AbuBakr) إذ قام الباحث بأجراء مسح للقائمين على ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية المعنية والذين بلغ عددهم (50) مبحوثاً واستخدم أداة الاستبانة للتعرف على كيفية تنبؤ ممارسي العلاقات العامة بالأزمات عن طريق استخدام تطبيقات وأدوات الذكاء الاصطناعي .

سادساً : مجتمع البحث وعينته:

تم اختيار مجتمع البحث بالطريقة (العمدية) وبما يخدم الأهداف المحددة للبحث، حيث شمل مجتمع البحث أخذ وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بمحافظة ميسان حول أهمية استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بالأزمات واتخاذ القرارات المناسبة، حيث شمل مجتمع البحث (5) مؤسسات منها (جامعة ميسان، شركة نفط ميسان، مديرية كهرباء ميسان، مديرية زراعة ميسان، قيادة شرطة ميسان)، وتم اختيار تلك المؤسسات لوجود مبررات علمية لاحظها الباحث أثناء زيارته لها وهي:

زيادة أعداد ممارسي العلاقات العامة والمهتمين بمجال الذكاء الاصطناعي مقارنة ببقية المؤسسات .

تمتاز تلك المؤسسات بأن لديها أدراك مسبق في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودخول ممارسي العلاقات العامة في دورات مكثفة للتعرف على التقنيات الذكية وتوظيفها في العمل المؤسسي .

اختلاف مجالات العمل بين المؤسسات مما يعطي خصوصية تميز كل مؤسسة عن غيرها .

ووفقاً لطبيعة البحث لجأ الباحث إلى اختيار (أسلوب الحصر الشامل) لمجتمع بحثه والذي تمثل بممارسي العلاقات العامة في المؤسسات عينة البحث والبالغ عددهم (50) مبحوثاً وهم مصنفي كالأتي :

جدول (1) يبين عدد ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية المستهدفة

ت	المؤسسات الحكومية المستهدفة	عدد ممارسي العلاقات العامة	ت	%
1	جامعة ميسان	15	15	30%
2	شركة نفط ميسان	10	10	20%
3	مديرية كهرباء ميسان	10	10	20%
4	مديرية زراعة ميسان	5	5	10%
5	قيادة شرطة ميسان	10	10	20%
	المجموع	50	50	100%

سابعاً : مجالات البحث:

حدد الباحث مجالات بحثه بالاتي :

المجال المكاني للبحث : تحدد المجال المكاني للبحث بالمؤسسات الحكومية الخمسة في محافظة ميسان والمتمثلة ب(جامعة ميسان , شركة نفط ميسان , مديرية كهرباء ميسان , مديرية زراعة ميسان , قيادة شرطة ميسان) .

المجال الزمني للبحث : حدد الباحث المجال الزمني للبحث من (1 كانون الثاني 2023) ولغاية (31 آذار 2023) .

المجال البشري للبحث : تمثل بـ(أسلوب الحصر الشامل) لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية عينة البحث والذين بلغ عددهم (50) مبحوثاً .

ثامناً : أدوات البحث:

قام الباحث بأعداد استمارة الاستبانة في صورتها النهائية بعد ما تم تحديد أبرز المحاور التي تحتويها , حيث وزعت الاستمارة على عدة جوانب أساسية منها (مفهوم تطبيقات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة والتصور المستقبلي للتأثيرات التي تحدثها تلك التطبيقات , مجالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمل العلاقات العامة , فضلاً عن وظائف تلك التطبيقات الذكية وأنواع تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة والتحديات التي تواجه تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة , والآليات المستقبلية المتبعة من قبل ممارسي العلاقات العامة لمواجهة الإخاطر المحتملة نتيجة سوء استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي) ومن ثم جرى تحديد أبرز الأسئلة عبر الاسترشاد بالأهداف والتساؤلات البحثية , فضلاً عن المعلومات والبيانات التي جمعها الباحث من مجتمع البحث (ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية المستهدفة) والذين بلغ عددهم (50) مبحوثاً , وتم استخدام مقياس (ليكرت الثلاثي) من أجل تحديد طول فئة إجابات المبحوثين (أتفق , متوسط , لا أتفق) , وبعد ذلك تم تفريغ البيانات والمعلومات ومعالجتها إحصائياً .

تاسعاً : إجراءات الصدق والثبات:

الصدق : يعرف الصدق على انه (صدق الاختبار فيما وضع لقياسه) (Rahman، 2007), حيث قام الباحث بقياس صدق الأداة من خلال عرض استمارة الاستبانة على مجموعة من المحكمين كما في الجدول (1) للحكم على صلاحيتها , وأشار المحكمين إلى وجود ملاحظات للأخذ بها , سواء في حذف بعض الفقرات , وإعادة صياغة لبعض الفقرات الأخرى بشكل أفضل , إذ بلغت نسبة اتفاق المحكمين على صدق الأداة حسب معادلة استخراج الصدق (90.4%) :

$$\text{مجموع نسب الفقرات المتفق عليها} = 452$$

$$\text{الصدق} = \frac{\text{عدد المحكمين}}{100} \times 100 = 100 \times \frac{452}{5} = 90.4\%$$

5

عدد المحكمين

جدول (2) يبين نسبة اتفاق المحكمين على فقرات استمارة الأداة

اسم الخبير العلمي	مكان العمل	عدد الفقرات الموافق عليها	عدد الفقرات التي طلب تعديها أو إضافتها	الفقرات التي لم يوافق عليها	المجموع الكلي للفقرات	الدرجة النهائية لكل محكم
أ.د. جهاد كاظم العكيلي	كلية الآمال الجامعة - قسم الإعلام	59	10	0	69	85,5%
أ.م.د. عدنان جلاب منيجل	كلية الإمام الكاظم (ع) - قسم الإعلام	64	5	0	69	92,7%
أ.م.د. عراك غانم محمد	جامعة سامراء - كلية الآداب	62	7	0	69	89,8%
أ.م.د. خلف كريم كيوش	جامعة واسط - كلية الآداب - قسم الإعلام	65	4	0	69	94,2%
م.د. محمد إسماعيل حسن	جامعة الإمام جعفر الصادق (ع) - أقسام ميسان	62	7	0	69	89,8%
المجموع		312	33	0	345	452
نسبة اتفاق الخبراء على الفقرات		%90,4				

الثبات : ويعني المطابقة التامة بين نتائج المقياس في المرات المتعددة التي يطبق فيها على نفس الأفراد ، وهذا يعني مدى استقرار إجابات الباحثين عن الأسئلة التي وجهت لهم ، ووفقاً لذلك تم استخراج الثبات بطريقة إعادة تحليل نسبة 25% أي (25) استمارة ثم اختيارها عشوائياً وتم استخدام معادلة (كوبر) حيث بلغت نسبة الثبات (0.91) وهو معامل ثبات عالٍ يؤكد صلاحية الاستمارة للتحليل .

الخصائص السيكومترية لمقياس تطبيقات الذكاء الاصطناعي متعدد الإبعاد: إن استخراج الخصائص السيكومترية للمقياس التي تتضمن الوسط الحسابي والوسيط والمنوال والتباين والانحراف المعياري، تعطي صورة عن طبيعة العينة وتوزيعها ودرجة تمثيلها للمجتمع الذي أخذت منه، إذ كلما كانت درجة التمثيل عالية كلما زادت فرصة تعميم النتائج من العينة إلى المجتمع الذي أخذت منه والجدول (3) يبين ذلك :

جدول (3) يبين الخصائص السيكومترية لمقياس تطبيقات الذكاء الاصطناعي

المقياس	عدد الفقرات الكلي	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	أقصى درجة	أدنى درجة	الوسيط	المنوال	التباين	المدى	الالتواء	التفطح
أتفق	65	1.80	9.85	70.00	37.00	55.00	58	91.08	39.00	-0.99	0.26
متوسط	65	1.41	8.05	45.00	13.00	32.00	19	78.12	29.00	0.70	-0.90
لا أتفق	65	0.750	5.02	40.00	6.00	11.00	12	27.00	24.00	3.35	14.02
المجموع		3.96	22.92	155	56	98	99	196.20	92	3.06	13.38

عاشراً : مفاهيم البحث:

من أساسيات البحوث العلمية تحديد المفاهيم والمصطلحات التي سيتم اختبارها ودراستها، لذا سيتم تعريف المفاهيم التي وردت في البحث إجرائياً وهي :

التنبؤ : عملية تقدير أو تخمين ذكي ومدروس أو بناء تصور مستقبلي يهدف إلى التعرف على النتيجة المتوقعة إذا ما توافرت شروط معينة ، مبني على طبيعة المؤسسة في وضعها الحالي ودرجة النمو والتطور مستقبلاً .

العلاقات العامة : جهد اتصالي مخطط ومستمر باتجاهين من أجل تحقيق أهداف المؤسسة وحل المشاكل والأزمات التي تعترض عملها ، باستخدام وسائل الاتصال الحديثة للوصول إلى حالة من التفاهم بين المؤسسة والجمهور .

الأزمات : حدث مفاجئ غير متوقع تتعرض له المؤسسة ويسبب اضطراباً في نظامها الإداري ، يجعل صانع القرار في حيرة من أمره ، تتطلب اتخاذ قرارات مناسبة وسريعة لاحتوائها أو تقليل أثارها .

الذكاء الاصطناعي: مجالاً تكنولوجياً حديثاً يضم مجموعة من الأدوات والتطبيقات التي تتسم بالذكاء، يتم تغذيتها بالمعلومات لتحاكي القدرات الذهنية والمعرفية للبشر باستخدام برمجيات وتقنيات رقمية متطورة، ويقدم مجموعة من الابتكارات والخدمات للعاملين تحت مظلته، يستفاد منها في حل المشكلات غير النمطية، أو في اتخاذ قرارات مناسبة، أو في أداء مهام موكلة للبشر من أجل تحقيق أهداف المؤسسة.

تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة

أولاً : مفهوم الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة:

في غضون السنوات الماضية وبسبب بعض النجاحات البارزة والإمكانات الرائدة حقق الذكاء الاصطناعي طفرة نوعية في مجال تحقيق أهداف العلاقات العامة ، وفي مجال وضع السياسات والأطر التنظيمية للمؤسسات ، حتى أصبحت المخاوف من مخاطر هيمنته على القدرة البشرية واستبدالها بتطبيقات رقمية قادرة على إدارة الأمور التنظيمية للمؤسسة (2016)، (B.J.Copeland) ، وأصبحت التطبيقات الرقمية لها دور بالغ الأهمية في اختيار المعلومات وتحليلها وتفسيرها فضلاً عن

الإخبار التي يقرأها الناس والقرارات التي يتخذونها ، وتعمل تلك التطبيقات باطراد على إسداء المشورة والنصح في الأزمات (Gupta, D.k, 2019) ، هناك العديد من التعريفات المرتبطة بالذكاء الاصطناعي ولكننا نورد تعريف (John McCarthy) فقد عرفه على أنه (وسيلة لصنع جهاز كمبيوتر أو روبوت يتم التحكم فيه عن طريق الكمبيوتر أو برنامج يفكر بذكاء بالطريقة نفسها التي يفكر بها البشر الأذكاء ويتم تحقيق الذكاء الاصطناعي من خلال دراسة كيف يفكر الدماغ البشري وكيف يتعلم البشر ويعملون أثناء محاولة حل مشكلة ما ثم استخدام نتائج هذه الدراسة كأساس لتطوير برامج وأنظمة ذكية) (2022، McCarthy) ، فيما يصف المؤلف "حيري كابلان" كيف أن الذكاء الاصطناعي حقق ثلاث فوائد رئيسية لممارسي العلاقات العامة : الأتمتة حيث يسمح الذكاء الاصطناعي بأتمتة المهام المتكررة مثل تتبع التغطية الإعلامية ، ولا يقتصر الأمر على الأتمتة التي تتولى بعض الأعمال المشغولة التي تأتي مع ممارسة العلاقات العامة ، ولكنها تزيد من قدرة محترفي العلاقات العامة في الحصول على رؤى في غضون ثوان ، السرعة حيث يمكن الذكاء الاصطناعي من الحصول على رؤى من العالم الرقمي في الوقت الفعلي ، الدقة حيث يسمح الذكاء الاصطناعي على تحديد مشاعر الناس وأرائهم حول العلامة التجارية بدقة ومقارنة هذا الشعور بمقاييس أخرى مثل المشاركة أو سعر السهم أو المبيعات (Al-Madani, 2022) ، ويتضح من ذلك تأثير تكنولوجيا الاتصالات في العلاقات العامة عند ممارستها عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تمكن من تخزين وعرض المعلومات بأشكال متنوعة تشمل النصوص والأصوات والرسومات والصور الثابتة والمتحركة ، واستعمال هذه المعلومات وعرضها بطريقة تفاعلية وفقاً لمسارات يسيطر عليها القائم بالاتصال (Saleh, 2017) ، ويعلم الكثير من متخصصي العلاقات العامة أنه من المهم التأثير على عقل المتلقي في الاتجاه الذي يتناسب مع أهداف المؤسسة ، حيث أصبح تأثير الإنترنت مختلف تماماً عن التأثير الحقيقي بسبب انحسار التأثير البشري على خلفية قلة التفاعلات الاجتماعية ، وانتشار التفاعل داخل الواقع الافتراضي في فضاءات الإنترنت ، لذا يعرف الذكاء الاصطناعي في سياق مجال العاقات العامة على أنه (التقنيات التي تظهر القدرات المعرفية البشرية ، وتؤدي وظائف بشرية في القيام بأنشطة العلاقات العامة بشكل مستقل أو مع ممارسي العلاقات العامة) (Galloway, 2018) .

ثانياً : أهمية تطبيقات الذكاء الاصطناعي للعلاقات العامة في عمليات التنبؤ بالأزمات :

تعرف الأزمة على أنها (موقف طارئ) يهدد الأهداف ذات القيمة العالية للمؤسسة مع محدودية الوقت المتاح للاستجابة ، وهو يفاجئ صانع القرار بحدوثه غير المتوقع ليولد مستويات عالية من الضغط على متخذي القرارات في المؤسسة) (1999، P.S, Mary) ، لذا إدارة الأزمات هي نظام لمواجهة الحالات الطارئة ، والتخطيط مع الحالات التي لا يمكن تجنبها ، أو إجراء التحضيرات للأزمات الممكن التنبؤ بحدوثها وذلك باستشعارها عن بعد ، وإعداد الإجراءات والأساليب الضرورية لمنع حدوثها وتغاديتها والتحضير لها ومواجهتها ، وبذلك تتطلب إدارة الأزمات مشاركة كل الإدارات المطلوبة لحل الأزمة التي تواجهها المؤسسة (Regester Michael, 2000) ، ويتطلب ذلك مراحل للتنبؤ بالأزمة وإدارتها ، ويمكننا الإشارة إلى تصنيف موسى المدهون وهو (Al-Madhoun, 2003) :

اكتشاف إشارات الإنذار : حيث ترسل الأزمة قبل وقوعها إشارات الإنذار المبكر وإن عدم الانتباه والاهتمام لهذه الإشارات يحتمل إن يؤدي إلى وقوع الأزمة .

مرحلة الاستعداد والوقاية : وهي مجموعة الأساليب الوقائية المطلوب اتخاذها في مرحلة اكتشاف الخطر حيث الوقاية تشمل اكتشاف نقاط الضعف والقوة من أجل معالجتها .

مرحلة احتواء الأضرار : والحد منها مثال ذلك إعداد وسائل للحد من الضرر ومنع انتشاره لباقي أجزاء المؤسسة.

مرحلة استعادة النشاط : حيث تشمل هذه المرحلة إعداد وتنفيذ برامج جاهزة ومجربة للأزمات وقد اختبرت فعلاً في محاولة لاستعادة الوضع لما سبق قبل الأزمة .

مرحلة التعلم : وهي مرحلة إعادة التقويم والتعلم مما سبق لتحسين ما تم إنجازه والاستفادة من الماضي لتطوير المستقبل .

كما إن المؤسسات باختلاف أنواعه تتعرض إلى أوقات عصيبة وذلك نتيجةً للأوضاع البيئية المتقلبة والمتغيرة باستمرار ومن هنا تبرز أهمية العلاقات العامة في مواجهة المشاكل والأزمات عن طريق توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ومن أهم وظائف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمليات التنبؤ بالأزمات عبر مجال ممارسة العلاقات العامة هي (Leeson، 2006):

التتبع والتنبؤ (Forecasting): تعني برصد التغيرات والتطورات والإحداث الحاصلة في البيئة، وجمع المعلومات عن الصعوبات والتحديات التي يمكن إن تواجه المؤسسة، والفرص المحتملة التي يمكن الاستفادة منها، فضلاً عن تتبع مسارات ردود الأفعال والتعليقات السلبية والإيجابية، عبر أنظمة المراقبة الرقمية للمحادثات وبالتالي تمكن المؤسسة من الرد السريع على أية استفسارات أو آراء عبر تقنية الاستماع الجماعي.

فهم وتفسير المعلومات (interpretation): ويعني القدرة على استيعاب وفهم وتفسير المعلومات التي تم جمعها لوضع وترتيب أولويات القضايا والجماهير، وكذلك توقع اتجاهات التغيير في البيئة لتحديد ما يمكن إن يساعد المنظمة ويقدم لها فرصاً أو يؤثر عليها سلباً ويمثل لها تحديات.

بناء نظام إنذار مبكر (Building an early warning system): ويعني بناء نظام ميكانيزم للإنذار المبكر من أجل النصيح والتحذير من المشكلات الموجودة في البيئة، وتقديم المساعدة للمؤسسة لحل هذه المشكلات من خلال تقديم مقترحات موضوعية للإدارة بما ينعكس في أنشطة وبرامج ملموسة وبالتالي فإن المؤسسة تحتاج إلى بحث مستمر لفهم مختلف التغيرات البيئية والنتائج المترتبة عليها، ويبدو انه كلما كانت البيئة مضطربة وغير مستقرة كان هناك حاجة ضرورية إلى علاقات عامة فاعلة ومرنة يمكنها التنبؤ بسلوك المؤسسة (Jamal، 2008).

أعداد حملات العلاقات العامة: الذكاء الاصطناعي يساعد ممارسي العلاقات العامة على أعداد حملات مؤثرة قائمة على البيانات، تتلاءم مع رغبات واحتياجات الجمهور المستهدف، وتوفر الوقت والجهد والتكلفة المالية لممارسي العلاقات العامة (Biswal، 2020).

أداء المهام الروتينية للعلاقات العامة: يعمل الذكاء الاصطناعي على أتمتة الأعمال الروتينية اليومية للعلاقات العامة من خلال تنظيم اللقاءات والاجتماعات، عمل جداول التقويم والبيانات، وكتابة التقارير اليومية وبالتالي انعكس ذلك على توفير الوقت والجهد للعلاقات العامة (Biswal، 2020).

اتخاذ القرارات النشطة: توفر تطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي مسارات الاستقراء المستقبلية والوصول إلى الاستنتاجات عن طريق البيانات القادمة من مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الويب والتطبيقات الرقمية الأخرى، وبالتالي مكنت ممارسي العلاقات العامة على اتخاذ قرارات نشطة ومستتيرة (Panda، 2019).

ثالثاً: خطوات العلاقات العامة في التنبؤ بالأزمات وإدارتها عبر مجال الذكاء الاصطناعي

للعلاقات العامة دور مؤثر وحاسم في التعامل مع الأزمات فمسئولو العلاقات العامة هم صلة الوصل بين الإدارة العامة والجماهير المتأثرة أو المهتمين بالأزمة كما أن التحديات التي تواجه العلاقات العامة تتمثل في محاولة التعامل مع الأزمات قبل وقوعها من خلال مسارات التنبؤ للذكاء الاصطناعي، وتعتمد هذه العملية على خطوات محكمة تعتمد على المساهمة في منع حدوث الأزمات والتحضير للرد عليها في حال حدوثها وهي (gabeer، 2022):

دراسة وتحليل موقف المؤسسة: لا يمكن للعلاقات العامة وضع أي خطة للأزمات دون الاعتماد على البحث العلمي إذ هو عملية هادفة تتضمن جمع المعلومات عن المؤسسة وتاريخها وطبيعتها عملها ومشاكلها ومركزها المالي والإداري والأنشطة السابقة للعلاقات العامة فيها، والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها ونوعية جماهيرها والأهمية النسبية لكل نوع من هذه الجماهير، ويمكن وضع معيار رقمي بصفة ذاتية وعن طريق مؤشرات للثقة يمكن تحديد ما إذا كان هناك 10% احتمال لحدوث الأزمة أو 50% أو 70% وترتب هذه الأزمات حسب أولوياتها (Youssef، 2003).

تحديد الأهداف : إن عملية تحديد الأهداف هي الخطوة الأساسية للتخطيط للأزمات لأنها تحدد الخطوات العامة لنشاط العلاقات العامة في أثناء المدة الزمنية للأزمة وتساعد على حصر الموارد المتوفرة لتحقيق تلك الأهداف ، كما تستخدم كأداة إدارية لتقويم الأداء والتنسيق في العمل (Ajwa، 2000) .

تشكيل فريق لإدارة الأزمة : إن لتشكيل فريق معالجة الأزمة أهمية خطيرة في إدارة الأزمات فأياً كانت طبيعة ، أو محور الأزمة نجدها في النهاية تتعلق وتتصل بالإنسان سواء في نشوئها وتساعدتها ، أو في معالجتها والتعامل معها ومن ثم يحتاج هذا التعامل إلى اختيار مجموعة من الأفراد المؤهلين والمدربين والقادرين على التعامل مع الأزمات والتوافق السريع مع أحداثها والتصدي لهذه الأحداث ، وذلك ليس فقط من أجل إيقاف تصاعدها ولكن أيضاً من أجل تجنب المؤسسة أي خسائر محتملة نتيجة لهذه الأحداث (Al-Khudairi، 1990) .

أنشاء مركز للأشرف على اتصالات الأزمة : إن عملية الاتصال تمثل الوساطة الضرورية التي من خلالها يتم تنسيق وتوجيه أنشطة العاملين نحو تحقيق أهداف المؤسسة ، كما وإن تخطيط اتصالات الأزمة يساهم في فاعلية إدارة الأزمات ، وعند حصول الأزمة فإن عملية الاتصال يجب إن تؤمن سرعة الاتصال وكفايته في نقل المعلومات بين الإدارة والعاملين ، والإدارة والمجتمع ، وبين العاملين أنفسهم ، والمسؤولين الحكوميين ووسائل الإعلام (Jamal، 2008) ، ويقوم هذا المركز بالمهام الآتية :
دراسة الجمهور المستهدف : من خلال تحديد فئاته المختلفة ودراسة عاداته وتقاليده السائدة في المجتمع ومراعاة الفوارق الاجتماعية لإيجاد الطرق الكفيلة بمخاطبته وكسبه في أثناء الأزمة (Burns، 1960) .

تحديد رسائل الاتصال : وهي المضمون والفكرة المراد توصيلها إلى المتلقي وهي جوهر عملية الاتصال ويجب إن تصاغ بطريقة يفهمها المستلم ويستطيع إن يفك رموزها بسهولة ، وباستخدام مختلف وسائل الاتصال المتاحة ، مع مراعاة المستويات المختلفة للشرائح المختلفة للجمهور ، ومراعاة الخصائص المختلفة للوسائل الإعلامية (Al-Johar، 2004) .

تدريب المتحدث الرسمي : إن اختيار متحدث رسمي يتمتع بمصداقية عالية لدى الجماهير التي يخاطبها يُعد أمراً حيوياً ومهماً في معالجة الأزمات وقد يسمح لذلك المتحدث بعقد مؤتمر صحفي أو أكثر لتزويد وسائل الإعلام بما تحتاج إليه من بيانات .

تحديد الجهات الاستشارية التي يمكن الاستفادة منها : حيث يفترض في إدارة العلاقات العامة التعرف عن قرب على المؤسسات والجمعيات والمنظمات التي تمارس نشاطاً له صلة بعمل المؤسسة ، أو التي لها تأثير على المؤسسة وفي الوقت نفسه التعرف على تلك المصادر القادرة على تقديم النصح والإرشاد في أثناء الأزمة (Al-Sayrafi، 2003) .

بناء نظام نكي للتنبؤ بالأزمة : إن من أهم الاستعدادات لمواجهة الأزمات المحتملة للمؤسسة هو استحداث نظام إنذار ذكي ومبكر يصمم خصيصاً للإنذار عن احتمال حصول أزمة ما وحجمها ، فإذا كانت التطورات التكنولوجية هي مصدراً محتملاً لتهديد المؤسسة ، فمن الضروري تصميم نظام حديث للمعلومات عن التطورات التكنولوجية المهمة ينبه حول التطورات التي يمكن أن تشكل تهديداً لها (Robert، 1989) .

رابعاً : أنواع تطبيقات وأدوات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة

توجد العديد من التطبيقات والأدوات العملية للذكاء الاصطناعي، ومن أبرز تلك التطبيقات هي (Hanna، 2021) :

الصحافة الآلية : يراقب وكلاء الذكاء الاصطناعي باستمرار منافذ الإخبار المحلية والعالمية ويستخرجون المعلومات الأساسية لوسائل الإعلام .

الخدمات الاستكشافية : توفير أدوات الاكتشاف التلقائي والبحث عن الأزمات والتجارب السابقة والاطلاع على الآليات المتخذة في معالجتها والاستفادة من الخبرات السابقة .

خدمات التحليل : تتضمن البحث والتحليل التلقائي لكميات هائلة من البيانات والمعلومات المتعلقة بالمؤسسة ومكونات البيئة الخارجية المحيطة بها من أجل التنبؤ قبل وقوع الأزمات .

الوصول إلى الجمهور المؤثر ووسائل الإعلام : قد يجد رجال العلاقات العامة صعوبة في التواصل المباشر مع الجمهور أو وسائل الإعلام وفهم سلوكياتهم وتحليل لخصائصهم تجاه موضوع أو منتج معين ، فيتم اللجوء إلى الذكاء الاصطناعي في

صناعة وبث الرسائل الاتصالية والتعرف على تأثيرها في المتلقي بالاعتماد على البيانات المتوفرة ، لذلك يقوم الذكاء الاصطناعي بتحديد فئات الجمهور الأكثر تفاعلاً وتأثيراً واستجابة مقارنة بالآخرين بعمليات ذكية تؤدي إلى إحصائيات رقمية دقيقة إزاء البرامج والحملات أو المشاركات التي تطلقها العلاقات العامة .

عمليات التنبؤ المستقبلية : وفقاً للمتغيرات العالمية التي تعصف بالمؤسسات والشركات بات الذكاء الاصطناعي يشكل أداة مهمة من أدوات التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية للأسواق العالمية ، من خلال التعرف على اتجاهات التسويق الرقمي بأقل تكلفة وجهد ووقت ممكن .

المدن الذكية : استخدام الذكاء الاصطناعي وانترنت الأشياء (Iof) المترابط لتحسين الكفاءة والاستدامة للأشخاص الذين يعيشون في المناطق الحضرية .

الروبوتات الرقمية : الآلات المادية التي تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل التعلم المعزز لمساعدتها على التفاعل مع العالم وقدرتها على الإحساس بالعوامل المحيطة بها .

تقديم النصح والإرشاد : حيث تستطيع بعض تطبيقات الذكاء الاصطناعي تقديم المشورة والنصح لمستخدميها من البشر بمجالات معينة كالمجال الطبي مثلاً بتحويل أعراض مرض ما للوصول إلى المرض وعلاجه .

صناعة المحتوى الرقمي : يمكن للذكاء الاصطناعي أن يلعب أدوار بارزة ومؤثرة في صناعة المحتوى الرقمي ، أو توليد تلقائي للأخبار الكاذبة ، واستبدال الوجوه في مقاطع الصور والفيديو ، بحيث يبدو أن السياسيين والمشاهير يقولون أو يفعلون أشياء لم يقولوها أو يفعلوها .

التفاعل مع النظام المرئي : من خلال الكشف عن التأثيرات فيما يخص التلاعب بالصور والتعرف على خط اليد واللغة المستخدمة ، وتفسير وتحليل ما يتم إدخاله على الصور .

خامساً : تحديات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة

هنالك العديد من التحديات التي تواجه مجال العلاقات العامة في توظيفها للذكاء الاصطناعي منها (al-Din ، 2023) ،

(Alazab ، 2016) :

صعوبة إيجاد محترفين يتمتعون بمهارات الذكاء الاصطناعي كالبرمجة والتحليل بشكل متطور ولديهم معرفة وإلمام بعلم العلاقات العامة في نفس الوقت .

من الصعب على ممارسي العلاقات العامة قياس عمليات التنبؤ بالمتغيرات المحيطة خاصة أن كانت المعلومات المتوفرة أو التي تم جمعها محدودة وغير كافية عن البيئة الخارجية .

يواجه الذكاء الاصطناعي صعوبة في البيانات غير المهيكلة أو المبهمة فبدون توافر البيانات الضخمة تكون قدرة الذكاء الاصطناعي محدودة وغير موثوقة ، والتحقق منها يكون أمراً صعباً .

نشاط العلاقات العامة يعتمد على التفاعل الشخصي وإقامة علاقات مع أصحاب المصلحة، فالشخص يبنون ثقتهم وأمالهم بالبشر وليس بالآلات أو الروبوتات .

توصل فريق بحثي إلى إن على الرغم من كون البشر يمكن أن يفكروا بشكل نقدي إلا أن بعض أنشطة العلاقات العامة مهددة بأن يحل محلها الذكاء الاصطناعي، وبالتالي يجب على ممارسي العلاقات العامة تعزيز مهاراتهم في مجالات مختلفة كالبحث الأساسي، وتطوير المحتوى، وتقييم البرامج، وإدارة القضايا والأزمات، وهذا يتطلب من العلاقات العامة الإبداع وهي طريقة تفكير لا يمكن للآلة أن تحل محلها .

فيما توصلت (د.غادة صيف ثابت) في دراسة لها عن مستقبل العلاقات العامة في ظل تطورات متلاحقة ومحيطه بالعلاقات العامة ، وهي الذكاء الاصطناعي ، الاندماج الإعلامي ، الإبداع الإعلامي ، وفي هذا السياق برزت صناعة العلاقات

العامة التي تتجه حتماً إلى التكيف مع المتغيرات التقنية الاجتماعية في بيئة العمل ، وعلية يتحدد مدى ونطاق استجابة الأكاديميين والممارسين وفقاً لعوامل عديدة ، ومن أبرزها البنية التحتية والإدارية والعلمية ، وتبقى العلاقات العامة تحظى بأهميتها في المؤسسات حتى مع اختلاف المسميات الوظيفية ، ولكنها تسعى إلى تحقيق الدور الاستراتيجي والتأثير .

الجانب العملي التطبيقي

يتناول البحث التحليل الوصفي لإجابات المبحوثين بحسب ما احتوته استمارة المقياس ، والتي قسمت على محاور عدة هي المعلومات الديموغرافية ، ومفهوم تطبيقات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة ، وما التصور المستقبلي لممارسي العلاقات العامة حول التأثيرات التي تحدثها تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمل العلاقات العامة ، فضلاً عن مجالات توظيف تلك التطبيقات في عمل العاقات العامة ، إضافة إلى التحديات التي تواجه عمل تلك التطبيقات والآليات المستقبلية المتبعة من قبل ممارسي العلاقات العامة لمواجهة الإخطار المحتملة نتيجة سوء استخدام تلك التطبيقات وعلى النحو الآتي:

أولاً : المعلومات الديموغرافية لإفراد عينة البحث

النوع الاجتماعي (Gender) : توزع المبحوثين المشاركين في البحث ضمن العينة المختارة بحسب متغير النوع الاجتماعي إلى فئة الذكور وجاءت إجابات المبحوثين بواقع (41) مبحوثاً وبنسبة (82%) إذ حلت في المرتبة الأولى من مجموع حجم عينة البحث ، أما فئة الإناث حصلت على المرتبة الثانية بواقع (9) مبحوثاً وبنسبة (18%) من مجموعة عينة البحث ، أخذين بنظر الاعتبار النتيجة والمسؤولية الكبيرة لفئة الرجال في مهام إدارة العلاقات العامة .

الفئة العمرية (Age group) : توزعت المعدلات العمرية للمبحوثين المستهدفين بين مستويات عدة حيث صنفت الفئة (20-29 عاماً) بالمرتبة الثانية ، بواقع (12) مبحوثاً وبنسبة (24%) ، أما الفئة (30-39 عاماً) : جاءت هذه الفئة العمرية بالمرتبة الأولى بواقع (30) مبحوثاً شكلوا نسبة مئوية بلغت (60%) ، أما الفئة العمرية (40-49 عاماً) جاءت هذه الفئة العمرية بالمرتبة الثالثة بواقع (8) مبحوثاً مشكلين ما نسبته (16%) ، أما الفئة (50 عاماً فأكثر) جاءت هذه الفئة العمرية بالمرتبة الأخيرة بنسبة بلغت (0%) ، إذ يلحظ هنا تزايد نسبة فئة الأعمار المتوسطة من العمر في التركيبة العمرية للمجتمع في المؤسسات الحكومية المستهدفة .

المستوى التعليمي (Educational level) : توزعت معدلات المستوى التعليمي للمبحوثين المستهدفين ضمن عينة البحث كما يلي (شهادة البكالوريوس) جاءت هذه الفئة بالمرتبة الأولى بواقع (22) مبحوثاً وبنسبة بلغت (44%) ، أما حملة (الشهادة العليا) جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية بواقع (11) مبحوثاً وبنسبة بلغت (22%) ، أما حملة (الشهادة الإعدادية) جاءت هذه الفئة بالمرتبة الرابعة إذ بلغت (8) مبحوثاً بنسبة بلغت (16%) ، أما حملة (الدبلوم) جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة بواقع (9) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (18%) ، وبما يمثل اتساقاً مع جدول التركيب العمري للمبحوثين والمتوافق مع أعمارهم للحصول على هذه الشهادة أو تلك .

الخبرة الوظيفية (Job experience) : توزعت معدلات الخبرة الوظيفية في العمل للمبحوثين بين مستويات عدة ، الفئة (20-29 عاماً) جاءت بالمرتبة الثانية بواقع (12) مبحوثاً وبنسبة (24%) ، الفئة (30-39 عاماً) جاءت هذه الفئة العمرية بالمرتبة الأولى بواقع (30) مبحوثاً وبنسبة (60%) ، الفئة (40-49 عاماً) جاءت هذه الفئة العمرية بالمرتبة الثالثة بواقع (8) مبحوثاً وبنسبة (16%) ، أما فئة (50 عاماً فأكثر) لم تحصل على أي نسبة ضمن العينة المستهدفة .

جدول (4) يبين التوزيع النسبي في المعلومات الديموغرافية لعينة البحث

ت	المعلومات الديموغرافية	الصفة	ت	%
1	الجنس	الذكور	41	82%
		الإناث	9	18%
2	العمر	(20-29) عاماً	12	24%
		(30-39) عاماً	30	60%
		(40-49) عاماً	8	16%
		(50) عاماً فأكثر	0	0%
3	المستوى التعليمي	شهادة الإعدادية	8	16%
		شهادة البكالوريوس	22	44%
		شهادة الدبلوم	9	18%
		شهادة عليا	11	22%
4	الخبرة الوظيفية	أقل من 5 سنوات	5	10%
		5 - 10 سنة	25	50%
		11 - 15 سنة	15	30%
		16 سنة فأكثر	5	10%
	المجموع			100%

ثانياً : مفهوم تطبيقات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة

نستعرض في هذا المحور نتائج فقرات مقياس مفهوم تطبيقات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية المستهدفة ، وفيما يأتي الجدول الخاص بهذا المحور يوضح فيها الباحث تكرارات إجابات أفراد العينة على كل فقرة من فقرات المقياس ، والنسبة المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة ومدى تحقق دلالتها من عدمها ، علماً بأن الوسط الفرضي لكل فقرة هو (13.6) وكما موضح في الجدول (5) ، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة 2 (تطبيقات الذكاء الاصطناعي أنظمة ذكية تعتمد مبدأ البرمجة عن طريق أوامر آلية) (15.3) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي ، أي إن إجابات العينة كانت باختيارها بصدارة فقرات هذا المحور وحلت بالمرتبة الأولى ، وتفسر النتائج أن تلك التطبيقات هي برامج وأدوات تقنية تحاكي الذكاء البشري وتتفاعل معه لتأدية مهام يطلب منها بشكل متكرر استناداً إلى المعلومات التي يتم جمعها وتخزينها ضمن ذاكرتها الالكترونية ، وهذه الميزة يمكن أن تعود بفوائد كبيرة على مستخدميها، فيما بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة 9 (عدم تلازم المعلومات التي تقدمها تطبيقات الذكاء الاصطناعي مع اهتمامات الجمهور ورجباته) (11.9) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي ، أي إن إجابات العينة كانت باختيارها بمستوى أقل ضمن فقرات المقياس وحلت بالمرتبة الأخيرة ، وتفسر النتائج أن تلك التطبيقات لم تحقق مستوى الطموح للجمهور المستهدف من حيث ترتيب أولوياته واهتماماته ، وهذا ما لاحظته الباحث من خلال زيارته للمؤسسات الحكومية المستهدفة حيث أقتصر توظيف تلك التطبيقات في إنتاج المحتوى الإعلامي ولم يتم التوجه لقياس فاعليتها وتأثيرها على الجمهور ، وأدت إلى الاعتماد عليها في التعرف على المعلومات والأخبار والتسويق والترفيه ، ولم تتمكن من الوصول الدقيق لمشاعرهم ورجباتهم .

جدول (5) يبين مفهوم تطبيقات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أتفق		متوسط		أتفق		مفهوم تطبيقات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة	ت
			%	ت	%	ت	%	ت		
عالية	19.3477	14.7	12%	6	10%	5	78%	39	تطبيقات الذكاء الاصطناعي تمارس مهاماً معقدة تتطلب أشراكات بشرية في عملها لتحسن أدائها وفقاً للبيانات الضخمة التي تتلقاها	1
عالية	21.9393	15.3	8%	4	8%	4	84%	42	تطبيقات الذكاء الاصطناعي أنظمة ذكية تعتمد مبدأ البرمجة عن طريق أوامر آلية	2
عالية	19.3477	14.6	12%	6	10%	5	78%	39	تطبيقات الذكاء الاصطناعي مستوحاة من أدمغة البشر في معالجة البيانات	3
منخفضة	14.8436	12.3	10%	4	66%	3	26%	13	تستطيع تطبيقات الذكاء الاصطناعي من أحداث التأثير المطلوب في المتلقي وحل الكثير من المشكلات اليومية	4
عالية	21.0792	15.0	10%	5	8%	4	82%	41	تطبيقات الذكاء الاصطناعي تؤدي إلى فقد القدرة على الإبداع والابتكار	5
عالية	20.2319	14.6	8%	4	12%	6	80%	40	تطبيقات الذكاء الاصطناعي لها القدرة على تحسين صورة المؤسسة عن طريق الخدمات التي تقدمها	6
عالية	18.4752	14.5	12%	6	12%	6	76%	38	تطبيقات الذكاء الاصطناعي لها القدرة على تحليل بيانات ومشاعر الجمهور والتعرف على ردود أفعالهم الآنية ومتابعتها	7
منخفضة	13.2035	12.0	62%	3	10%	5	28%	14	صعوبة البيئة الاجتماعية والاقتصادية تدفع المؤسسات إلى عدم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	8
منخفضة	14.1892	11.9	8%	4	64%	3	28%	14	عدم تلاءم المعلومات التي تقدمها تطبيقات الذكاء الاصطناعي مع اهتمامات الجمهور ورغباته	9

ثالثاً : التصور المستقبلي لممارسي العلاقات العامة حول التأثيرات التي تحدثها تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمل العلاقات العامة

نستعرض في هذا المحور نتائج فقرات مقياس التصور المستقبلي لممارسي العلاقات العامة حول التأثيرات التي تحدثها تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمل العلاقات العامة ، وفيما يأتي الجدول الخاص بهذا المحور يوضح فيها الباحث تكرارات إجابات أفراد العينة على كل فقرة من فقرات المقياس ، والنسبة المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة ومدى تحقق دلالتها من عدمها ، علماً بأن الوسط الفرضي لكل فقرة هو (13.4) وكما موضح في الجدول (6) ، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة 3 (سيكون الدور متبادل ما بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي وممارسي العلاقات العامة في تحقيق أهداف

المؤسسة) (15.0) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي ، أي إن إجابات العينة كانت باختيارها بصدارة فقرات هذا المحور وحلت بالمرتبة الأولى ، وتفسر النتائج أن كلما كان هنالك اتفاق منظم ما بين الآلة والبشر كلما حقق مستوى أعلى من الإنتاجية وحسن من الأداء المؤسساتي ، فإذا فشلنا في أتمتة أهداف الذكاء الاصطناعي مع أهدافنا ، سوف يؤدي إلى عواقب وخيمة غير مقصودة ، واتخاذ قرارات تشكل تهديداً وجودياً للبشر وبالتالي يصعب التحكم فيها أو التنبؤ بتصرفات تلك الأنظمة الرقمية ، فيما بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة 2 (ستحل تطبيقات الذكاء الاصطناعي محل ممارسي العلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسة) (11.9) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي ، أي إن إجابات العينة كانت باختيارها بمستوى أقل ضمن فقرات المقياس وحلت بالمرتبة الأخيرة ، وتفسر النتائج أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي قد يولد معلومات غير دقيقة من شأنها أن تزعزع أمن المجتمعات وتسبب الاضطراب المدني ، وإن هذه التطبيقات قد تصبح نكية للحد الذي يؤهلها من إدارة زمام الأمور ، وقد يؤدي ذلك إلى انتشار البطالة وفقدان الخصوصية للفرد والمجتمع والاضطراب الاقتصادي وغياب الإبداع والابتكار .

جدول (6) يبين التصور المستقبلي لممارسي العلاقات العامة حول التأثيرات التي تحدثها تطبيقات الذكاء الاصطناعي

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أتفق		متوسط		أتفق		التصور المستقبلي لممارسي العلاقات العامة حول التأثيرات التي تحدثها تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمل العلاقات العامة
			%	ت	%	ت	%	ت	
عالية	20.20726	14.9	10	5	10	5	80	40	سيكون دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي ثانوياً وسيعتمد على أداء ممارسي العلاقات العامة بالمرتبة الأولى في تحقيق أهداف المؤسسة
منخفضة	14.1892	11.9	8	4	64	32	28	14	ستحل تطبيقات الذكاء الاصطناعي محل ممارسي العلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسة
عالية	21.07922	.051	10	5	8	4	82	41	سيكون الدور متبادلاً ما بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي وممارسي العلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسة
منخفضة	14.1892	.021	8	4	28	14	64	32	ستعمل تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تطوير المهارات والكفاءات التكنولوجية لممارسي العلاقات العامة
عالية	20.23199	14.6	8	4	12	6	80	40	توفر تطبيقات الذكاء الاصطناعي الوقت والجهد والأموال والسرعة في الاستجابة للعملاء
منخفضة	13.31666	13.3	16	8	20	10	64	32	تعمل تطبيقات الذكاء الاصطناعي على التقليل من الوقوع في الأخطاء البشرية
عالية	16.74316	14.3	14	7	14	7	72	36	تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي على التنبؤ بالأزمات قبل وقوعها واتخاذ الإجراءات المستنيرة
عالية	22.85461	15.0	4	2	10	5	86	43	تطبيقات الذكاء الاصطناعي قادرة على خلق بيئة مؤسساتية أكثر أماناً تواكب المتغيرات الحديثة
عالية	18.47521	14.5	12%	6	12%	6	76%	38	احتمالية تعرض تلك تطبيقات الذكاء الاصطناعي للقرصنة والاحتيال وعمليات التهكير
منخفضة	16.07275	13.2	20%	10	10%	5	70%	35	يمكن أن تتعرض تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى العطل الإلكتروني

رابعاً : مجالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمل العلاقات العامة

نستعرض في هذا المحور نتائج فقرات مقياس مجالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، وفيما يأتي الجدول الخاص بهذا المحور يوضح فيها الباحث التكرارات والوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة ومدى تحقق دلالتها من عدمها ، علماً بأن الوسط الفرضي لكل فقرة هو (13) وكما في الجدول (7) ، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة 1 (تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي على أعداد حملات العلاقات العامة وأدائها) (15.0) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي، أي إن إجابات العينة كانت باختيارها بصدارة فقرات هذا المحور وحلت بالمرتبة الأولى ، ويفسر ذلك أن المعلومات التي توفرها تطبيقات الذكاء الاصطناعي تساعد على التخطيط لحملات علاقات عامة أكثر فاعلية وتأثير في المستقبل من خلال محتوى الرسالة المنتجة وإيصالها للجمهور وقدرتها على قياس أثر تلك الحملات، فيما بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة 6 (تسهل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إجراء البحوث والدراسات وكتابة التقارير) (11.0) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي، أي إن إجابات العينة كانت باختيارها بمستوى أقل ضمن فقرات المقياس وحلت بالمرتبة الأخيرة ، ويفسر ذلك أن تلك التطبيقات رغم الميزات التي تتمتع بها لكنها لا تستطيع بشكل مطلق أن توفر قاعدة من البيانات الدقيقة التي تتعلق بظاهرة أو مؤسسة ما وتكون نقطة انطلاق لأجراء دراسات وبحوث علمية بل تحتاج إلى إجراء استطلاع بشري كأحد الأدوات المنهجية لجمع المعلومات وملاحظة السلوكيات ودراسة نفسية الظاهرة محل الدراسة ، حتى تتمكن من الوصول إلى نتائج دقيقة يمكن تعميمها .

جدول (7) يبين مجالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمل العلاقات العامة

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أتفق		متوسط		أتفق		مجالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمل العلاقات العامة	ت
			%	ت	%	ت	%	ت		
عالية	21.07922	15.0	8	4	10	5	82	41	تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي على أعداد حملات العلاقات العامة وأدائها	1
عالية	16.07275	13.2	20	10	10	5	70	35	تعمل تطبيقات الذكاء الاصطناعي على جدولة الأعمال اليومية والروتينية	2
عالية	20.23199	14.6	8	4	12	6	80	40	تقدم تطبيقات الذكاء الاصطناعي الاستشارات والرؤى المستقبلية	3
عالية	13.31666	13.3	16	8	20	10	64	32	تتنبأ تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالأزمات قبل وقوعها وتقدم الآليات التي تعمل على مواجهتها	4
عالية	18.47521	14.5	12	6	12	6	76	38	تطبيقات الذكاء الاصطناعي قادرة على صناعة المحتوى الرقمي المناسب للجمهور	5
منخفضة	12.50333	11.0	8	4	58	29	34	17	تسهل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إجراء البحوث والدراسات وكتابة التقارير	6
عالية	20.23199	14.4	8	4	12	6	80	40	تعمل تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحسين الخدمات للعملاء وتحقيق رغباتهم	7

خامساً : وظائف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة والتنبؤ بالأزمات

نستعرض في هذا المحور نتائج فقرات مقياس وظائف تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وفيما يأتي الجدول الخاص بهذا المحور، علماً أن الوسط الفرضي لكل فقرة هو (13.3) وكما في الجدول (8) ، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة 1 (أداء المهام والإعمال الروتينية للعلاقات العامة) (15.0) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي ، أي إن إجابات العينة كانت باختيارها بصدارة فقرات هذا المحور وحلت بالمرتبة الأولى ، ويفسر ذلك يعمل الذكاء الاصطناعي على أتمتة الأعمال الروتينية اليومية للعلاقات العامة من خلال تنظيم اللقاءات والاجتماعات وعمل جداول التقويم والبيانات وكتابة التقارير اليومية وبالتالي أنعكس ذلك على توفير الوقت والجهد للعلاقات العامة ، فيما بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة 4 (التعرف على احتياجات الجمهور وتفضيلاتهم عن طريق استقراء البيانات والمعلومات في وسائل التواصل الاجتماعي) (11.6) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي ، أي إن إجابات العينة كانت باختيارها بمستوى أقل ضمن فقرات المقياس وحلت بالمرتبة الأخيرة ، ويفسر ذلك أن تلك التطبيقات لم تحقق الهدف المنشود منها في التعرف على احتياجات الجمهور واهتماماتهم دون النزول الميداني وملامسة الواقع الحقيقي ، ودراسة عاداته وتقاليده السائدة في المجتمع ومراعاة الفوارق الاجتماعية بعيداً عن الاستعانة بوسيط رقمي لا يستطيع التعامل معهم .

جدول (8) يبين وظائف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة والتنبؤ بالأزمات

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أتفق		متوسط		أتفق		وظائف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة والتنبؤ بالأزمات	ت
			%	ت	%	ت	%	ت		
عالية	21.07922	15.0	8	4	10	5	82	41	أداء المهام والإعمال الروتينية للعلاقات العامة	1
منخفضة	16.07275	13.2	20	10	10	5	70	35	تحديد المواعيد واللقاءات وتنظيم الاجتماعات	2
منخفضة	13.31666	13.2	16	8	20	10	64	32	متابعة احتياجات الجمهور والرد على الأسئلة والاستفسارات عن طريق البريد الإلكتروني	3
منخفضة	13.57694	11.6	8	4	62	31	30	15	التعرف على احتياجات الجمهور وتفضيلاتهم عن طريق استقراء المعلومات في وسائل التواصل الاجتماعي	4
عالية	21.07922	15.0	8	4	10	5	82	41	التعرف على ردود أفعال الأندية للجمهور إزاء الأزمات	5
عالية	13.31666	13.4	16	8	20	10	64	32	أنتاج محتوى جذاب من خلال بث الرسائل الاتصالية التي تتناسب مع الجمهور ومتابعتها	6
عالية	20.23199	14.6	8	4	12	6	80	40	اختيار وسائل الاتصال المناسبة للتواصل مع الجمهور	7
عالية	16.07275	13.4	20	10	10	5	70	35	تقديم النصح والمشورة لممارسي العلاقات العامة أثناء الأزمات وتطويرها وتحقيق سرعة في الاستجابة	8
منخفضة	13.20353	12.0	10	5	62	31	28	14	التعرف على أنماط السلوك والقيم والعادات المؤثرة	9
عالية	20.23199	14.7	8	4	12	6	80	40	جمع وتحليل البيانات الضخمة وتجهيتها لوسائل الإعلام	10

سادساً : أنواع تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة

نستعرض في هذا المحور نتائج فقرات مقياس أنواع تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، وفيما يأتي الجدول الخاص بهذا المحور، علماً أن الوسط الفرضي لكل فقرة هو (13.3) ، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة 2 (الخدمات الاستكشافية وكشف الأخبار المزيفة) (15.0) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي ، أي إن إجابات العينة كانت باختيارها بصدارة فقرات هذا المحور وحلت بالمرتبة الأولى ، ويفسر ذلك أن أدوات الذكاء الاصطناعي توفر ميزة الاستكشاف التلقائي للأزمات السابقة والاطلاع على الآليات المتخذة في معالجتها ، فضلاً عن قدرتها على معرفة التلاعب بتوليد الصوت أو عمليات الفبركة أو نقل الإخبار المزيفة ، فيما بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة 1 (الصحافة الآلية) (11.6) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي ، أي إن إجابات العينة كانت باختيارها بمستوى أقل وحلت بالمرتبة الأخيرة ، ويفسر ذلك هنالك انخفاض واضح لمسارات القراءة لمنافذ الإخبار المحلية والعالمية في الصحف الآلية من قبل ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية ، رغم أهمية ودور الصحافة الآلية وتغولها محل الصحف والمجلات ، وتقديمها المحتوى الإخباري عبر تطبيقات متعددة "كفليب بورد" المخصص لتقديم الأخبار في الهواتف الذكية .

جدول (9) يبين أنواع تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أتفق		متوسط		أتفق		أنواع تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة	ت
			%	ت	%	ت	%	ت		
منخفضة	9.609024	11.6	%16	8	%54	27	%30	15	الصحافة الآلية	1
عالية	21.07922	15.0	%8	4	%10	5	%82	41	الخدمات الاستكشافية وكشف الأخبار المزيفة	2
عالية	20.23199	14.7	%8	4	%12	6	%80	40	خدمات التحليل التلقائي وتوفير المعلومات	3
عالية	13.31666	13.4	%16	8	%20	10	%64	32	تطبيقات الوصول إلى الجمهور	4
متوسطة	16.07275	13.3	%10	5	%20	10	%70	35	عمليات التنبؤ المستقبلية	5
منخفضة	11.93035	12.3	%14	7	%26	13	%60	30	المدن الذكية	6
منخفضة	11.93035	12.3	%14	7	%26	13	%60	30	الروبوتات الرقمية	7
عالية	21.07922	15.0	%8	4	%10	5	%82	41	صناعة المحتوى الرقمي	8
متوسطة	13.31666	13.3	%16	8	%20	10	%64	32	أعادة صياغة النصوص	9
عالية	17.78576	13.6	%8	4	%18	9	%74	37	أنشاء وتحرير وبرمجة مقاطع الفيديو والصور	10
عالية	21.07922	15.0	%8	4	%10	5	%82	41	الترجمة الآلية	11
عالية	19.39931	14.3	%8	4	%14	7	%78	39	المساعد الافتراضي	12
عالية	17.78576	13.5	%8	4	%18	9	%74	37	توليد الصوت	13

سابعاً : التحديات التي تواجه تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة

نستعرض في هذا المحور نتائج فقرات مقياس التحديات التي تواجه تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، وفيما يأتي الجدول الخاص بهذا المحور، علماً أن الوسط الفرضي لكل فقرة هو (13.1) ، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة 9 (عدم وجود

ضوابط قانونية حاکمة على تطبيقات الذكاء الاصطناعي (15.1) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي ، أي إن إجابات العينة كانت باختيارها بصدارة فقرات هذا المحور وحلت بالمرتبة الأولى ، ويفسر ذلك أهمية وجود قواعد تنظيمية لاستخدام التطبيقات الذكية ووضع ضوابط وحدود لها ، حتى لا تتحول إلى فوضى عارمة يصعب السيطرة عليها ، والعمل على ترسيخ حقوق الإنسان في صميم عمل تلك التطبيقات للمحافظة على الخصوصية وأمن المعلومات وتعزيز الثقة بها ، فيما بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة 5 (تؤدي تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى الحد من الاعتماد على القدرات البشرية واختفاء الإبداع والابتكار) (11.2) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي ، أي إن إجابات العينة كانت باختيارها بمستوى أقل وحلت بالمرتبة الأخيرة ، ويفسر ذلك أنها تعد من السلبيات الملحوظة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي اعتمادها على الخوارزميات دون العنصر البشري ، وإن كانت تستغني عن البشر في أداء أعمالها إلا إن ذلك يجب إن لا يكون بصورة كلية ، لأن العنصر البشري لا زال وسيظل مطلوباً لأن تلك التطبيقات بحاجة دائمة إلى التعديل والتصميم والتوجيه في الأداء وهذا لا يمكن بدون العنصر البشري .

جدول (10) يبين التحديات التي تواجه تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العاقات العامة

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أتفق		متوسط		أتفق		التحديات التي تواجه تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العاقات العامة	ت
			%	ت	%	ت	%	ت		
عالية	13.31666	13.3	16%	8	20%	10	64%	32	التكلفة المالية لشراء وإدخال تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمل المؤسسات	1
عالية	21.07922	15.0	8%	4	10%	5	82%	41	عدم قدرة تطبيقات الذكاء الاصطناعي من مراعاة التباين الثقافي	2
عالية	16.07275	13.4	10%	5	20%	10	70%	35	عدم ثقة الإدارة العليا بتطبيقات الذكاء الاصطناعي	3
عالية	20.23199	14.7	8%	4	12%	6	80%	40	ضعف الخبرة والمهارة التكنولوجية في استخدام تطبيقات الذكاء من قبل ممارسي العلاقات العامة	4
منخفضة	13.01281	11.2	8%	4	60%	30	32%	16	تؤدي تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى الحد من الاعتماد على القدرات البشرية والإبداع والابتكار	5
متوسطة	13.31666	13.1	16%	8	20%	10	64%	32	عدم وجود بيئة رقمية حاضنة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	6
منخفضة	11.59023	11.7	58%	29	12%	6	30%	15	وجود برامج التحصين والحماية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	7
عالية	16.07275	13.5	10%	5	20%	10	70%	35	تؤدي تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى انتهاك الخصوصية	8
عالية	21.07922	115.	8%	4	10%	5	82%	41	عدم وجود ضوابط قانونية حاکمة على تطبيقات الذكاء الاصطناعي	9

ثامناً : الآليات المستقبلية المتبعة لمواجهة الإخطار نتيجة سوء استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي

نستعرض في هذا المحور نتائج فقرات مقياس الآليات المستقبلية المتبعة من قبل ممارسي العلاقات العامة لمواجهة الإخطار المحتملة نتيجة سوء استخدام تلك التطبيقات ، وفيما يأتي الجدول الخاص بهذا المحور، علماً أن الوسط الفرضي لكل

فقرة هو (12.4) , حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة 2 (إشاعة ثقافة الوعي نتيجة سوء استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتسلط الضوء على الايجابيات) (14.2) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي , أي إن إجابات العينة كانت باختيارها بصدارة فقرات هذا المحور وحلت بالمرتبة الأولى , ويفسر ذلك السعي الحثيث لنشر ثقافة استخدام تلك التطبيقات بالشكل الصحيح والابتعاد عن الاستخدامات الخبيثة لها وانتهاك الخصوصية من خلال التركيز على الايجابيات والسمات التي توفرها في مختلف المجالات دون التفاهات التي توظف من خلالها , فيما بلغت قيمة الوسط الحسابي للفقرة 7 (وضع مناهج تعليمية قادرة على أعداد جيل يعزز استخدام تلك التطبيقات مستقبلاً) (10.6) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي , أي إن إجابات العينة كانت باختيارها بمستوى أقل وحلت بالمرتبة الأخيرة , ويفسر ذلك لا توجد دراسات وبحوث علمية تؤكد على تضمين مضامين تطبيقات الذكاء الاصطناعي ضمن مناهج التنشئة المدرسية أو الجامعية , ضمن مسارات رقمنة التعليم , من أجل خلق جيل واعي بمفاهيم وأدوات تلك التطبيقات الذكية وقادر على مواجهة تحدياتها مستقبلاً , وتمنح المؤسسات التعليمية قدرة على التطوير .

جدول (11) يبين الآليات المستقبلية لمواجهة الإخطار المحتملة نتيجة سوء استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أتفق		متوسط		أتفق		ت	الآليات المستقبلية المتبعة من قبل ممارسي العلاقات العامة لمواجهة الإخطار المحتملة نتيجة سوء استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي
			%	ت	%	ت	%	ت		
منخفضة	9.073772	10.7	36%	18	14%	7	50%	25	1	العمل على إنشاء هيأت رقابية لمتابعة تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتقييم محتواها وتأثيرها من الناحيتين الاجتماعية والأخلاقية
عالية	19.39931	14.2	8%	4	14%	7	78%	39	2	إشاعة ثقافة الوعي نتيجة سوء استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتسلط الضوء على الايجابيات
عالية	13.31666	13.3	16%	8	20%	10	64%	32	3	تنظيم الدورات وورش العمل لتطوير وصقل مهارات المتعاملين مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي
عالية	18.58315	14.0	8%	4	16%	8	76%	38	4	حماية الملكية الفكرية والشخصية للفرد والمؤسسات
عالية	16.25833	13.0	8%	4	22%	11	70%	35	5	وضع الأطر القانونية الكفيلة بتحقيق الأمن المجتمعي ومنع سوء استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي
عالية	17.78576	13.6	8%	4	18%	9	74%	37	6	تنظيم المسابقات والمبادرات التي تشجع وتحفز على الابتكار في مجال تطبيقات الذكاء الاصطناعي
منخفضة	10.06645	10.6	12%	6	52%	26	36%	18	7	وضع مناهج تعليمية قادرة على أعداد جيل يعزز استخدام تلك التطبيقات مستقبلاً

قراءة في أهم النتائج (Conclusions) :

أظهرت النتائج أن نسبة 78% من المبحوثين رجحت أسبقية إجاباتهم لفئة (أتفق) على إن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تمارس مهاماً معقدة تتطلب أشرابات بشرية في عملها لتحسن أدائها وفقاً للبيانات الضخمة التي تتلقاها.

- أظهرت النتائج أن نسبة 78% من المبحوثين رجحت أسبقية إجاباتهم لفئة (أثقف) على إن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تتنبأ بالأزمات قبل وقوعها وتقدم الآليات التي تعمل على مواجهتها .
- أظهرت النتائج أن نسبة 80% من المبحوثين رجحت أسبقية إجاباتهم لفئة (أثقف) على ضعف الخبرة والمهارة التكنولوجية في استخدام تطبيقات الذكاء من قبل ممارسي العلاقات العامة .
- لم يتفق أغلب المبحوثين وبنسبة 58% على وجود برامج التحصين والحماية الدائمة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي .
- أظهرت النتائج أن هنالك اعتماد متوسط من قبل المؤسسات الحكومية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في مجال العلاقات العامة .
- أظهرت النتائج ضرورة الاهتمام بوضع الأطر القانونية الكفيلة بتحقيق الأمن المجتمعي ومنع سوء استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها بالاتجاه الصحيح الذي يخدم مجالات الحياة .

التوصيات (Recommendations) :

- استثمار توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي من قبل المؤسسات الحكومية لأهميتها في ظل البيئة الرقمية العالمية، والاعتماد عليها في إنتاج المحتوى الاتصالي .
- ضرورة الاستعانة بالأكاديميين في مجال الذكاء الاصطناعي لعقد ندوات أو ورش عمل لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية ، والاطلاع على مفاهيم وأنواع الأدوات الذكية .
- توفير الإمكانيات المادية لإدخال تقنيات الذكاء الاصطناعي للعمل داخل المؤسسات الحكومية .
- إدخال مضامين الذكاء الاصطناعي ضمن مفردات المناهج الدراسية في المراحل الأولية من أجل اطلاع الطلبة عليها وتنمية مهاراتهم في التعامل معها مستقبلاً .
- وضع الأطر واللوائح القانونية التي تنظم استخدام التطبيقات الذكية الكفيلة بتحقيق الأمن المجتمعي واحترام الحقوق والخصوصية الفردية والعامة .
- الاستفادة من تجارب الدول الرائدة في توظيفها لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، واختيارها للأدوات والتقنيات التي تتناسب مع العمل المؤسساتي .

References

- Abdullah Muhammad Abdul Rahman. (2007). Methods and methods of scientific research. Alexandria: BP Al-Beheira Publishing and Distribution House.
- Ali Ajwa. (2000). Scientific foundations of public relations. Cairo: World of Books for Publishing and Distribution.
- Artificial intelligence and imperial conflict. (No date and no publishing house).
- B.J.Copeland. (2016). Artificial Intelligence .
- C , & Swiatek , L. Galloway. (2018). Public relation and artificial intelligence : Its not (just) about robots . Public relation review 44 (5).
- D.k Gupta. (22 March, 2019). Military Applications of Artificial Intelligence من الاسترداد Indian Defence Review : <http://www.Indian Defence Review.com/Military-Applications-of-Artificial-Intelligence/>
- Edward Burns. (1960). Public relations is an art. Cairo: Dar Al-Maaref for Publishing and Distribution.
- G,Upadhyay,A.K,& khandelwal,K Panda. (2019). Artificial Intelligence A strategic disruption in public relations , Journal of Creative Communications 14 (3).
- Ibrahim Abrash. (2008). The scientific method and its applications in the social sciences. Amman: Dar Al Shorouk for Publishing and Distribution.
- John McCarthy, University of Stanford: <http://www-formal.stanford.edu/jmc>.

- Kreitner Robert. (1989). Management. New York : Houghton: Mifflin Company.
- Laurie J. Leeson. (2006). Strategic planning of programs for effective public relations campaigns. (Hussein Salah El-Din, The Translators) Egypt: Dar Al-Rida for Publishing and Distribution.
- Leith sabar gabeer. (2022). Designing a contemporary public relations program to build trust between the institution and the public , Misan journal for Academic studies , vol.21 issue December.
- M,& Broadhurst, R Alazab. (2016). Spam and criminal activity. Trends & issues in crime and criminal justice,52: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2467423>.
- Mahmoud Youssef. (2003). Studies in contemporary public relations. Cairo: Open Education Center.
- Mary P.S. (1999). Management 7 th ed. New jersey: by Prentice Hall.
- Mohsen Al-Khudairi. (1990). Crisis Management. Cairo: Madbouly Library.
- Muhammad Abdel Fattah Al-Sayrafi. (2003). Modern management concepts. Amman: International Scientific House for Publishing and Distribution.
- Muhammad Najji Al-Johar. (2004). Public relations (principles and applications). Dubai - UAE: Dar Al Qalam for Publishing and Distribution.
- Muhammad Walid Saleh. (2017). Communication content in qualitative public relations. Amman: Dar Amjad for Publishing and Distribution.
- Mukhtar Abu Bakr. (2016). Foundations and methods of scientific research in the field of administrative and humanitarian studies. Amman: Newlink International Publishing and Training House.
- Musa Al-Madhoun. (2003). Crisis management (concept - causes - types). Amman: International Center for Administrative Systems and Sciences.
- Osama Ghazi Al-Madani. (2022). Media Intelligence (How to employ Fourth Industrial Revolution technologies in the media industry). Amman: Dar Al-Yazouri for Publishing and Distribution.
- Rasem Muhammad Al-Jamal, and Khairat Moawad Ayyad. (2008). Public relations management (strategic approach). Cairo: Egyptian Lebanese House for Publishing and Distribution.
- Rasim Muhammad Al-Jamal. (1999). Introduction to research methods in media studies. Cairo: Cairo University Center for Open Education.
- s Register Michael. (2000). crisis management- what to-do unthinkable happen. (New York : Wesley publishing company.
- S.K. Biswal. (2020). the space of artificial intelligence in public relation . the way forward . Optimization in Machine Learning and Applications.
- Yahya al-Nadhir Taleh Hussam al-Din. (2023). Uses of artificial intelligence in public relations (Reblack Foundation as a model). Published master's thesis. Algeria: Mohamed Boudiaf University of M'sila.