

أخلاقيات العلاقات العامة في عصر الذكاء الاصطناعي: إطار نظري تكاملي لفهم المسؤولية الاتصالية في البيئة الرقمية المؤتمتة

هناة إبراهيم^(*)

أستاذ مشارك العلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي، أكاديمية الشروق

الملخص

تنطلق هذه الدراسة من إشكالية مركزية تتعلق بالفجوة القائمة في أدبيات العلاقات العامة فيما يخص التأطير الأخلاقي لممارسات الاتصال المؤسسي في ظل التحولات العميقة التي أحدثها الذكاء الاصطناعي. وعلى الرغم من وجود محاولات جريئة لمعالجة هذا التقاطع (Galloway & Swiatek, 2018; Wiencierz & Röttger, 2019; Wiesenber & Tench, 2020)، فإن الحقل لا يزال يفتقر إلى إطار نظري تكاملي يُعيد صياغة المسؤولية الاتصالية بما يستوعب خصوصيات الأتمتة والتخصيص الخوارزمي. وتوسعي الدراسة إلى بناء هذا الإطار من خلال مراجعة سردية نقدية (Critical Narrative Review) شملت تحليل (87) عملاً علمياً منشوراً بين عامي 1984 و2025 في قواعد بيانات Scopus و Web of Science و Abstracts، وتوزع على حقول أخلاقيات العلاقات العامة وأخلاقيات الذكاء الاصطناعي وحوكمة البيانات. وقد جرى تحليل هذه الأعمال وفق ثلاثة محاور: المرتكزات الفلسفية، والافتراضات المعرفية، ونطاق التطبيق في السياقات المؤتمتة. وخلصت الدراسة إلى اقتراح إطار نظري مركب يتضمن خمسة أبعاد مترابطة هي: الشفافية الخوارزمية المتدرجة، والمساءلة الاتصالية الموزعة، والعدالة المعلوماتية، واستقلالية الجمهور، والمسؤولية التوقعية. وقد استخلصت هذه الأبعاد من التقاطع بين الإشكاليات الأخلاقية المُشخَّصة في أدبيات العلاقات العامة والمبادئ المعيارية الناشئة في حقل أخلاقيات الذكاء الاصطناعي، مع إدماج إشكالية الخصوصية بوصفها مكوناً عابراً يتقاطع مع الأبعاد الخمسة جميعها. ويُسهّم هذا الإطار في تجاوز القصور الذي تعانيه النماذج التقليدية حين تُواجه بسياقات اتصالية تتسم باللامرئية التقنية. كما تطرح الدراسة سيناريوهات تطبيقية توضيحية وجملة من التضمينات النظرية والعملية التي تُعيد تعريف الممارسة المهنية الأخلاقية في حقل العلاقات العامة.

الكلمات المفتاحية: أخلاقيات العلاقات العامة، الذكاء الاصطناعي، المسؤولية الاتصالية، الشفافية الخوارزمية، استقلالية الجمهور.

المؤلف المراسل: د. هناة إبراهيم أستاذ مشارك في الإعلام بأكاديمية الشروق - القاهرة، مصر. متخصصة في العلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي، وتركز اهتماماتها البحثية على دراسات الإعلام والاتصال الاستراتيجي وممارسات العلاقات العامة المعاصرة. <https://orcid.org/0009-0008-5508-6688>, dr.hana.okasha@sha.edu.eg

الاقتباس: إبراهيم، هناة. (2026). أخلاقيات العلاقات العامة في عصر الذكاء الاصطناعي: إطار نظري تكاملي لفهم المسؤولية الاتصالية في البيئة الرقمية المؤتمتة. (AMR) 1. Arab Media Renewal Journal (AMR), 1(1), 81-106. <https://doi.org/10.106-81>.org/10

المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة أولاً- المقدمة وتحديد المشكلة البحثية

شهد حقل العلاقات العامة على مدار العقود الأربعة الأخيرة تراكمًا نظريًا لا يُستهان به في مجال التأسيس الأخلاقي للممارسة المهنية، بدءًا من الإسهامات المبكرة التي قدّمها كل من جرونيج وهنت (Grunig & Hunt, 1984) حين رسما أنماط الممارسة الأربعة ووضعوا النموذج التناظري ثنائي الاتجاه بوصفه المثال الأخلاقي الأرقى، مرورًا بالتأصيلات الفلسفية التي طوّرها بيرسون (Pearson, 1989) انطلاقًا من أخلاقيات الخطاب الهابرماسية، ووصولًا إلى المقاربات التي تبناها بوين (Bowen, 2004; 2008) في تطبيق الأخلاق الكانطية على صنع القرار في العلاقات العامة. غير أن هذا الرصيد النظري الثري قد نشأ وتبلور في سياقات اتصالية تختلف جذريًا عن تلك التي باتت تُهيم على المشهد الراهن، حيث لم تكن الخوارزميات تتولى تصنيف الجماهير وتخصيص الرسائل وقياس الاستجابات واتخاذ قرارات اتصالية بالنيابة عن الممارس البشري.

لقد أحدث الذكاء الاصطناعي تحولًا بنيويًا في طبيعة العملية الاتصالية ذاتها داخل حقل العلاقات العامة. فلم يعد الأمر مقتصرًا على استخدام أدوات رقمية تُعين الممارس على أداء مهامه بكفاءة أعلى، بل تجاوز ذلك إلى أن صار الذكاء الاصطناعي فاعلاً اتصاليًا بذاته في كثير من السياقات. إذ تتولى أنظمة التعلم الآلي تحليل المشاعر العامة على منصات التواصل الاجتماعي، وتقوم روبوتات المحادثة بالتفاعل المباشر مع الجماهير، وتعمل خوارزميات التوصية على تحديد من يتلقى أي رسالة ومتى وبأي صيغة (Galloway & Wiencierz & Röttger, 2019; Swiatek, 2018). وقد ازدادت حدة هذا التحول مع انتشار نماذج الذكاء الاصطناعي التوليدي (Generative AI) اعتبارًا من عام 2023، التي باتت قادرة على إنتاج نصوص وصور ومقاطع فيديو تحاكي المحتوى البشري بدرجة عالية من الإقناع، مما أضاف أبعادًا جديدة لإشكاليات المصدقية والتضليل وهوية المرسل (Hadi et al., 2023; Mündel & Kolo, 2024).

وهذا التحول يطرح إشكاليات أخلاقية غير مسبوقة لم تُعالج بصورة كافية في الأدبيات القائمة. صحيح أن ثمة دراسات بدأت تلامس هذا التقاطع، كدراسة غالواي وسوياتك (Galloway & Swiatek, 2018) التي رصدت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة، ودراسة فاينشتين وتنش (Wiesenberg & Tench, 2020) حول التحولات الرقمية في الممارسة الأوروبية، ودراسة السيد (2021) التي قدّمت رؤية نقدية عربية للموضوع. غير أن هذه الدراسات اتسمت بالمعالجة الجزئية، إذ تناول بعضها الجوانب التطبيقية دون التأسيس الفلسفي المعمق، فيما اكتفى بعضها الآخر برصد الظاهرة دون بناء إطار نظري تكاملي. ويعود ذلك في جزء منه إلى أن النماذج النظرية التقليدية قامت على افتراض أساسي مفاده أن الفاعل الاتصالي هو كائن بشري واعٍ وقادر على التأمل الأخلاقي والمحاسبة الذاتية.

وتتبدى المشكلة البحثية بوضوح أكبر حين نلاحظ أن الأطر الأخلاقية السائدة في العلاقات العامة تعاني من ثلاثة أوجه قصور رئيسية في مواجهة الواقع الرقمي الجديد. يتمثل الأول في قصور مفاهيمي، إذ إن مفاهيم من قبيل الشفافية والصدق والحوار والمسؤولية قد صيغت في سياق تفاعلات بشرية مباشرة أو شبه مباشرة، ولم تُعد صياغتها لتستوعب سياقات الأتمتة والتخصيص الخوارزمي. ويتجلى الثاني في قصور بنيوي، حيث إن هذه الأطر تفترض وضوح سلسلة المسؤولية الأخلاقية، في حين أن الذكاء الاصطناعي يُشكّل هذه السلسلة ويُبعثرها بين المبرمج ومصمم النظام والممارس والمؤسسة ومزود التقنية. أما الثالث فهو قصور إبستمولوجي، لأن كثيرًا من عمليات الذكاء الاصطناعي تتسم بما يُعرف بالصدوق الأسود، أي استحالة تتبع المنطق الذي قادت به الخوارزمية إلى قرار اتصالي بعينه، مما يُقوّض الأساس المعرفي الذي تقوم عليه المساءلة الأخلاقية (Diakopoulos, 2015; Pasquale, 2015).

من هنا، تتحدد المشكلة البحثية لهذه الدراسة في غياب إطار نظري تكاملي يُعيد صياغة المسؤولية الاتصالية الأخلاقية في العلاقات العامة بما يستوعب التحديات المستجدة التي يفرضها الذكاء الاصطناعي على الممارسة المهنية في البيئة الرقمية. ولا يعني ذلك الادعاء بأن الحقل خالٍ من أي معالجة لهذا الموضوع، بل يعني أن المعالجات المتاحة تظل مجزأة وغير مندمجة في بنية نظرية متماسكة تربط بين الأسس الفلسفية للعلاقات العامة والمبادئ الناشئة في أخلاقيات الذكاء الاصطناعي.

ثانياً- أهداف الدراسة

- تروم هذه الدراسة تحقيق جملة من الأهداف المترابطة التي تتدرج من التشخيص إلى البناء النظري:
- 1- مراجعة نقدية للأطر النظرية الأخلاقية السائدة في أدبيات العلاقات العامة وتقييم مدى ملاءمتها للسياقات الاتصالية القائمة على الذكاء الاصطناعي.
 - 2- استقصاء الإشكاليات الأخلاقية النوعية التي يطرحها توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في ممارسة العلاقات العامة ضمن البيئة الرقمية.
 - 3- بناء إطار نظري تكاملي يُعيد تأسيس مفهوم المسؤولية الاتصالية في ضوء التحولات التي أحدثها الذكاء الاصطناعي.
 - 4- استخلاص مجموعة من التضمينات النظرية والتطبيقية التي تُسهم في تطوير الممارسة المهنية الأخلاقية وتوجيه البحث المستقبلي في هذا المجال.

ثالثاً- أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من مستويين متكاملين. فعلى المستوى النظري، تُسهم في سد فجوة في الأدبيات العربية والدولية، إذ إن الدراسات التي تناولت التقاطع بين أخلاقيات العلاقات العامة والذكاء الاصطناعي لا تزال محدودة وتميل إلى المعالجة الجزئية، فيما تغيب المحاولات الجادة لبناء أطر نظرية تكاملية تُعيد التفكير في الأسس الفلسفية للمسؤولية الاتصالية في ظل الأتمتة. وعلى المستوى التطبيقي، تكتسب الدراسة أهميتها من التحديات الملحة التي يواجهها الممارسون المهنيون الذين يجدون أنفسهم أمام أدوات ذكاء اصطناعي متقدمة - لا سيما أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي - دون إرشاد أخلاقي نظري واضح يُعينهم على اتخاذ قرارات مسؤولة، خاصة في قضايا الخصوصية والتلاعب والتضليل والتمييز الخوارزمي.

رابعاً- تساؤلات الدراسة

- تحاول هذه الدراسة الإجابة عن أربعة تساؤلات رئيسية مترابطة:
- 1- ما أوجه القصور الأساسية في الأطر النظرية الأخلاقية الراهنة للعلاقات العامة حين تُطبَّق على سياقات اتصالية يتوسطها الذكاء الاصطناعي؟
 - 2- ما الإشكاليات الأخلاقية النوعية التي يُفضي إليها توظيف الذكاء الاصطناعي في ممارسة العلاقات العامة داخل البيئة الرقمية؟
 - 3- ما الأبعاد التي يمكن استخلاصها من التقاطع بين أدبيات أخلاقيات العلاقات العامة وأخلاقيات الذكاء الاصطناعي لتأسيس إطار نظري تكاملي للمسؤولية الاتصالية؟
 - 4- ما التضمينات النظرية والتطبيقية المترتبة على هذا الإطار المقترح بالنسبة لممارسة العلاقات العامة وبحوثها؟

خامسًا- المنهج المستخدم

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المراجعة السردية النقدية (Critical Narrative Review) بوصفه الأنسب لتحقيق أهدافها ذات الطابع النظري التأسيسي. ويتجاوز هذا المنهج المراجعة الوصفية للدراسات السابقة إلى تفكيك الافتراضات الكامنة وراء الأطر النظرية القائمة، وتقييم اتساقها الداخلي وقدرتها التفسيرية في مواجهة الظواهر المستجدة، ثم إعادة تركيب العناصر في بنية نظرية جديدة أكثر شمولاً (Jaakkola, 2020; Snyder, 2019). وتجدر الإشارة إلى أن هذا المنهج يختلف عن المراجعة المنهجية (Systematic Review) بمعناها الإجرائي الصارم كما تُحدده بروتوكولات PRISMA، إذ إن طبيعة الهدف البحثي - وهو بناء إطار نظري وليس تجميع نتائج إمبريقية - تستلزم مرونة أكبر في اختيار الأعمال ومعالجتها، مع الحفاظ على الشفافية في توثيق إجراءات البحث.

إجراءات المراجعة

جرت المراجعة على ثلاث مراحل متتابعة وفق الإجراءات التالية:

المرحلة الأولى: البحث والاستخلاص

أجري البحث في ثلاث قواعد بيانات رئيسية هي: Scopus و Web of Science و Communication Abstracts، باستخدام مجموعات من المصطلحات البحثية المتقاطعة ضمن ثلاث فئات:

- الفئة الأولى (حقل العلاقات العامة): "public relations ethics" OR "PR ethics" OR "communication ethics" OR "corporate communication ethics"
- الفئة الثانية (حقل الذكاء الاصطناعي): "artificial intelligence" OR "algorithmic" OR "automation" OR "machine learning" OR "generative AI" OR "chatbot"
- الفئة الثالثة (حقل أخلاقيات التقنية): "AI ethics" OR "algorithmic ethics" OR "data ethics" OR "digital ethics" OR "data governance"

وقد جُمعت هذه الفئات باستخدام العامل المنطقي AND بين الفئة الأولى وإحدى الفئتين الأخريين، إضافة إلى البحث المستقل داخل كل فئة عن الأعمال المؤسّسة. كما أُضيفت مصطلحات باللغة العربية في قواعد البيانات العربية (دار المنظومة، شمعة) من قبيل: «أخلاقيات العلاقات العامة»، «الذكاء الاصطناعي والاتصال»، «أخلاقيات الإعلام الرقمي».

وقد حُدّد النطاق الزمني بالفترة من 1984 (تاريخ صدور العمل المؤسّس لجرونيغ وهنت) إلى 2025، مع التركيز بصفة خاصة على الأعمال المنشورة بعد 2015 في ما يخص أخلاقيات الذكاء الاصطناعي.

معايير الاشتمال:

- أن يتناول العمل أخلاقيات العلاقات العامة أو أخلاقيات الذكاء الاصطناعي أو التقاطع بينهما.
- أن يُقدّم إسهامًا نظريًا أو مفاهيميًا (لا مجرد نتائج إمبريقية معزولة).
- أن يكون منشورًا في دورية محكمة أو كتاب أكاديمي صادر عن ناشر معترف به.

معايير الاستبعاد:

- الدراسات التطبيقية البحتة التي لا تتضمن إسهامًا نظريًا.
- الأعمال المتعلقة بالذكاء الاصطناعي من منظور تقني محض دون معالجة أخلاقية.
- المقالات الصحفية والتقارير المهنية غير المحكّمة (مع استثناء بعض الوثائق التنظيمية المهمة كمبادئ AI HLEG).

وقد أسفر البحث الأولي عن (214) عملاً، جرى تصفيتها بعد مراجعة العناوين والملاحظات إلى (126) عملاً، ثم بعد القراءة المعمّقة إلى (87) عملاً أُدرجت في التحليل النهائي.

المرحلة الثانية: التحليل النقدي المقارن

خُلّلت الأعمال المُختارة وفق ثلاثة محاور: مركزاتها الفلسفية (نفعية، كانطية، حوارية، فضائية، أخرى)، وافترضاها المعرفية حول طبيعة الفاعل الاتصالي والعملية الاتصالية، ونطاق تطبيقها من حيث قدرتها على استيعاب السياقات المؤتمتة. وقد أُفرغت النتائج في مصفوفة تحليلية أتاحت المقارنة المنهجية بين الأطر وتحديد نقاط التقاطع والفجوات (انظر جدول 3 في الملحق).

المرحلة الثالثة: التركيب النظري التكاملي

انطلاقاً من الفجوات المُشخّصة ونقاط التقاطع بين الحقول المعرفية ذات الصلة، جرى بناء الإطار المقترح وفق المنطق التالي: تحديد الإشكاليات الأخلاقية النوعية التي يطرحها الذكاء الاصطناعي في سياق العلاقات العامة تحديداً (وليس بصورة عامة)، ثم الربط بين هذه الإشكاليات والمبادئ المعيارية المتوفرة في كلا الحقلين، وأخيراً صياغة أبعاد الإطار بحيث يستجيب كل بُعد لإشكالية أو أكثر مع مراعاة الترابط المنطقي بين الأبعاد. وقد خضعت صياغة الأبعاد لعدة مراجعات وتنقيحات قبل الوصول إلى الصيغة النهائية، وهو ما سيُوضّح بالتفصيل في المبحث الرابع.

المبحث الثاني: الجذور النظرية لأخلاقيات العلاقات العامة - مراجعة نقدية

أولاً- المسار التاريخي لتشكّل الوعي الأخلاقي في الحقل

لا يمكن فهم الأخلاقيات الراهنة للعلاقات العامة بمعزل عن المسار التاريخي الذي تشكّل فيه الحقل ذاته. فقد نشأت العلاقات العامة بوصفها ممارسة مهنية في أجواء كانت فيها الدعاية والتلاعب بالرأي العام أمراً مقبولاً إلى حد بعيد، كما يتضح من إرث إدوارد بيرنيز (Bernays, 1928) الذي لم يتردد في وصف ممارسته بـ«هندسة القبول»، وإيفي لي الذي واجه انتقادات حادة بسبب عمله لصالح جهات اتُهمّت بتضليل الرأي العام. وقد ظلّ هذا الإرث يُلقى بظلاله على الحقل ويُغذّي التوتر الجوهرية بين الوظيفة الإقناعية للعلاقات العامة ومتطلبات الأخلاقية المهنية (L'Etang, 2003; Fawkes, 2007).

وقد بدأ التأسيس النظري المهني لأخلاقيات العلاقات العامة فعلياً مع ظهور مشروع التميز الذي قاده جرونيج وزملاؤه (Grunig, 1992; Grunig & Grunig, 1992) في تسعينيات القرن العشرين. وقد قام هذا المشروع على فرضية مؤداها أن النموذج التناظري ثنائي الاتجاه يمثل الشكل الأكثر أخلاقية وفعالية لممارسة العلاقات العامة، لأنه يقوم على التفاوض والتوازن في المصالح بين المؤسسة وجماهيرها بدلاً من

الإقناع الأحادي الاتجاه. وقد شكّل هذا الطرح نقلة مهمة لأنه ربط البعد الأخلاقي بالبعد الوظيفي، إذ جعل الممارسة الأخلاقية شرطاً لتحقيق التميز المؤسسي لا عبئاً عليه.

بيد أن هذا الربط ذاته قد تعرّض لانتقادات جوهرية. فقد أشار كل من مولوني (Moloney, 2006) وليتانج (L'Etang, 2008) إلى أن نموذج التميز ينطوي على تناقض كامن، إذ يدّعي التناظرية في حين أن العلاقة بين المؤسسة وجماعها تنسم في الواقع بعدم تكافؤ جوهر في القوة والمعلومات والموارد. وقد ذهب هيث (Heath, 2001) إلى أن تأطير العلاقات العامة بوصفها وظيفة إدارية يُفقدُها البعد الخطابي المجتمعي الذي ينبغي أن يكون محوراً للتقييم الأخلاقي.

ثانياً- المرتكزات الفلسفية

يمكن تصنيف الإسهامات النظرية في أخلاقيات العلاقات العامة وفقاً لثلاثة مرتكزات فلسفية كبرى، لكل منها منطقها الداخلي ونقاط قوته ومحدوداته.

يتمثل المرتكز الأول في المقاربة النفعية التي تحكم على أخلاقية الفعل الاتصالي بناءً على نتائجه ومخرجاته. وقد وظّفت هذه المقاربة ضمناً في كثير من أدبيات العلاقات العامة التي تربط الممارسة الأخلاقية بتحقيق المنفعة لأكثر عدد من أصحاب المصلحة (Bivins, 2004). وتجدر الإشارة إلى أن المقاربة النفعية ليست واحدة، بل تتضمن تنوعات مهمة من قبيل نفعية الفعل (Act Utilitarianism) التي تُقيّم كل فعل على حدة، ونفعية القاعدة (Rule Utilitarianism) التي تُقيّم القواعد العامة التي تقود الفعل، ونفعية التفضيل (Preference Utilitarianism) التي تأخذ في الحسبان تفضيلات الأفراد لا مجرد مقدار اللذة والألم. ولكل من هذه التنوعات تبعات مختلفة على تقييم أخلاقيات الذكاء الاصطناعي، إذ قد تُبرر نفعية الفعل ممارسة تمييزية في حالة بعينها إذا ثبتت فائدتها الصافية، فيما ترفضها نفعية القاعدة إذا كان تعميمها يُفضي إلى ضرر كلي. غير أن المقاربة النفعية بتنوعاتها تعاني من إشكالية جوهرية في سياق الذكاء الاصطناعي تتعلق بصعوبة قياس المنفعة الاتصالية الإجمالية ورصد آثارها البعيدة والمتشعبة.

ويتمثل المرتكز الثاني في المقاربة الكانطية أو الواجبية التي ركّزت عليها بوين (Bowen, 2004; 2005) بصورة خاصة. وتقوم هذه المقاربة على أن الفعل الأخلاقي هو ذلك الذي يصدر عن إرادة حسنة ويلتزم بمبادئ عالمية من قبيل احترام كرامة الأشخاص بوصفهم غايات في ذاتهم لا وسائل، والصدق بوصفه واجباً مطلقاً لا تبرره النتائج. وقد طوّرت بوين نموذجاً لصنع القرار الأخلاقي يقوم على ثلاثة معايير كانطية هي: الإرادة الحسنة، واحترام الكرامة الإنسانية، وقابلية القرار للتعميم. ورغم متانة هذا النموذج من الناحية الفلسفية، فقد لوحظ أنه يميل إلى التجريد ويفتقر إلى المرونة الكافية للتعامل مع السياقات المعقدة التي تتشابك فيها الاعتبارات الأخلاقية مع الضغوط المؤسسية والتقنية.

أما المرتكز الثالث فيتمثل في أخلاقيات الحوار التي أسّس لها بيرسون (Pearson, 1989) انطلاقاً من نظرية الفعل التواصلي لهابرماس (Habermas, 1984). ويقوم هذا المرتكز على أن أخلاقيات العلاقات العامة لا تُفاس بنتائج الفعل ولا بنوايا الفاعل فحسب، بل بمدى احترام شروط الحوار المثالي التي تشمل: الإخلاص والصدق، والحق المتكافئ في المشاركة، وغياب الإكراه، والانفتاح على مراجعة المواقف. وقد طوّر كينت وتايلور (Kent & Taylor, 2002) هذا المرتكز إلى نموذج حوار أكثر تطبيقية يتضمن خمسة مبادئ هي: التبادلية، والقرب، والتعاطف، والمخاطرة، والالتزام بالحوار.

ثالثاً- إسهامات أخلاق الفضيلة والعناية

إلى جانب المرتكزات الثلاثة السابقة، شهد العقد الأخير اهتماماً متزايداً بتطبيق أخلاقيات الفضيلة على حقل العلاقات العامة (Place, 2019; Harrison & Galloway, 2005). وتؤكد أخلاق الفضيلة أن الممارسة الأخلاقية لا تنبع فقط من الالتزام بقواعد أو حساب عواقب، بل من تكوين شخصية مهنية تتحلى بفضائل من قبيل الأمانة والشجاعة والعدالة والحكمة العملية. كما أسهمت مقارنة أخلاق العناية (Ethics of Care) التي طوّرتها نودينغز (Noddings, 2003) في تسليط الضوء على البعد العلائقي والعاطفي في الممارسة الأخلاقية.

رابعاً- الإشارة إلى المقاربات غير الغربية

ينبغي الإشارة إلى أن الأدبيات المؤسّسة في أخلاقيات العلاقات العامة نشأت في سياق غربي بامتياز، مما يطرح تساؤلات حول مدى عالميتها. وقد بدأت بعض الأصوات تنبّه إلى ضرورة مراعاة التنوع الثقافي في التأسيس الأخلاقي (Sriramesh & Verčič, 2020). ففي التقاليد الفكرية الإسلامية مثلاً، تحتل مفاهيم من قبيل الأمانة والمصلحة العامة ومنع الضرر مكانة مركزية في تأطير المسؤولية المهنية (الحمداني، 2022)، وهي مفاهيم يمكن أن تُثري النقاش حول أخلاقيات الذكاء الاصطناعي خاصة في ما يتعلق بمبدأ عدم الإضرار وحماية الخصوصية. كما أن المقاربات الآسيوية المرتكزة على قيم المسؤولية الجماعية والانسجام الاجتماعي (Huang, 2004) قد تُقدّم بدائل مفيدة للنماذج الفردانية الغربية في التعامل مع إشكالية توزيع المسؤولية في سياقات الأتمتة. وتُقرّ هذه الدراسة بأن معالجتها تقوم بصورة أساسية على الأطر الغربية نظراً لهيمنتها على الأدبيات المتاحة، لكنها تدعو إلى توسيع هذا الأفق في بحوث مستقبلية.

خامساً- مواطن القصور في مواجهة التحول الرقمي

على الرغم من الثراء النظري الذي تتسم به هذه الإسهامات مجتمعة، فإن ثمة ملاحظات جوهرية ينبغي تسجيلها بشأن قدرتها على الاستجابة للتحولات التي أحدثتها البيئة الرقمية عمومًا والذكاء الاصطناعي خصوصًا.

فمن ناحية أولى، قامت جميع هذه الأطر على افتراض مركزية الفاعل البشري في العملية الاتصالية. فسواء تعلق الأمر بالنموذج الكانطي الذي يفترض فاعلاً عقلياً يمتلك إرادة حسنة، أو بالنموذج الحوارية الذي يفترض أطرافاً قادرة على الاستماع والتعاطف، أو بأخلاق الفضيلة التي تتحدث عن سمات شخصية إنسانية، فإن دخول الذكاء الاصطناعي بوصفه فاعلاً أو شبه فاعل اتصالي يُربك هذه الافتراضات.

ومن ناحية ثانية، تفترض هذه الأطر قدرًا معقولاً من الشفافية في العملية الاتصالية، بمعنى أن المتلقي يعرف أنه يتواصل مع جهة محددة. غير أن كثيرًا من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة تعمل بصورة غير مرئية للجماهير (Coombs & Holladay, 2018).

ومن ناحية ثالثة، تفترض هذه الأطر إمكانية تتبع سلسلة المسؤولية بصورة واضحة نسبيًا. لكن حين يكون القرار الاتصالي نتاج تفاعل معقد بين بيانات وخوارزميات ومصممين وممارسين ومنصات رقمية، تنتشتت المسؤولية إلى حد يجعل النماذج التقليدية عاجزة عن التعامل معها (Couldry & Mejias, 2019).

هذه الملاحظات لا تعني أن الإرث النظري السابق فاقد للقيمة، بل تعني أنه يحتاج إلى مراجعة وتوسيع وإعادة صياغة تستوعب الشروط الجديدة للممارسة الاتصالية.

جدول رقم (1)

مقارنة الأطر الأخلاقية التقليدية للعلاقات العامة ومدى ملاءمتها لسياقات الذكاء الاصطناعي

| الإطار النظري | المرتکز الفلسفي | معیار الحكم الأخلاقي | نقاط القوة | أوجه القصور أمام الذكاء الاصطناعي | درجة الملاءمة |
|---------------------------------|------------------------------|--|--|--|---------------|
| نموذج التميز (Grunig) | البراغماتية / التنظيمية | تحقیق التناظرية والتوازن في المصالح | يربط الأخلاقية بالفاعلية المؤسسية؛ يُؤسس لمعيارية واضحة | يفترض فاعلاً بشرياً؛ يتجاهل عدم التكافؤ المعلوماتي في بيئة الخوارزميات | جزئية |
| المقاربة الكانطية (Bowen) | الواجبية / الأخلاق / الصورية | الإرادة الحسنة واحترام الكرامة وقابلية التعميم | صرامة فلسفية؛ رفض مطلق للتلاعب؛ احترام استقلالية الأفراد | يفترض فاعلاً عقلاً واعياً؛ لا يعالج المسؤولية الموزعة؛ جمود أمام السياقات المعقدة | جزئية |
| النموذج الحواري (Kent & Taylor) | أخلاقيات الخطاب / هابرماس | احترام شروط الحوار المثالي؛ الصدق، التكافؤ، غياب الإكراه | يجعل العملية الاتصالية ذاتها موضع التقييم؛ غني بالمعايير الإجرائية | يفترض تفاعلاً بشرياً مباشراً؛ لا يستوعب التفاعل الآلي | جزئية |
| أخلاق الفضيلة (Place; Harrison) | الأرسطية | توافر فضائل الممارس: الأمانة، الشجاعة، الحكمة العملية | تُرکز على الممارس لا الفعل فقط؛ تراعي التطور المهني | لا تعالج الفاعلية غير البشرية؛ فردانية مفرطة تتجاهل البنى المؤسسية والتقنية | محدودة |
| المقاربة النفعية (Bivins) | عواقبية / حساب المنفعة | تعظيم المنفعة الصافية لأكبر عدد من أصحاب المصلحة | مرونة تطبيقية؛ قابلة للقياس نسبياً | صعوبة قياس الأثر الخوارزمي؛ قد تُبرر التمييز لصالح الأغلبية؛ تتجاهل الحقوق الفردية | محدودة |

ملاحظة حول معايير التقييم: صُنفت درجة الملاءمة وفق ثلاثة معايير: (أ) قدرة الإطار على استيعاب الفاعلية غير البشرية، (ب) قدرته على التعامل مع المسؤولية الموزعة في سلاسل تقنية معقدة، (ج) قدرته على معالجة الامرئية التقنية والتخصيص الخوارزمي. صُنفت الإطار «عالي الملاءمة» إذا استوفى المعايير الثلاثة، و«جزئي» إذا استوفى واحداً أو اثنين، و«محدود» إذا لم يستوف أيًا منها بصورة كافية.

● ملاءمة عالية ● ملاءمة جزئية ● ملاءمة محدودة
المصدر: إعداد الباحث استناداً إلى المراجعة النقدية للأدبيات

المبحث الثالث: الذكاء الاصطناعي في ممارسة العلاقات العامة - تشخيص الإشكاليات الأخلاقية

أولاً- خريطة التوظيف الراهن

قبل الخوض في الإشكاليات الأخلاقية، من الضروري رسم صورة واضحة للكيفية التي يتغلغل بها الذكاء الاصطناعي في ممارسة العلاقات العامة المعاصرة. ويمكن التمييز بين أربعة مستويات متدرجة لهذا التوظيف وفقاً لدرجة الأتمتة والاستقلالية.

يتمثل المستوى الأول في الأتمتة المساعدة، حيث يؤدي الذكاء الاصطناعي مهاماً روتينية تحت إشراف بشري كامل، من قبيل رصد وسائل الإعلام وجمع البيانات وتنظيم قوائم جهات الاتصال. وهذا المستوى لا يثير إشكاليات أخلاقية جوهرية تتجاوز تلك المعروفة في استخدام أي أداة تقنية.

ويتمثل المستوى الثاني في التحليل التنبؤي، حيث تتولى خوارزميات التعلم الآلي تحليل كميات ضخمة من البيانات لاستخلاص أنماط وتوقع اتجاهات الرأي العام وقياس المشاعر وتحديد المؤثرين. وهنا

تبدأ الإشكاليات الأخلاقية في البروز لأن هذه التحليلات قد تنطوي على تصنيفات غير عادلة أو استنتاجات متحيزة (Noble, 2018; O'Neil, 2016).

أما المستوى الثالث فهو التخصيص الخوارزمي، حيث يتولى الذكاء الاصطناعي تصميم رسائل مخصصة لشرائح جمهورية مختلفة بناءً على سماتها النفسية والسلوكية والديموغرافية. وهذا المستوى يطرح إشكاليات عميقة تتعلق بالتلاعب والاستغلال والخصوصية (Zuboff, 2019).

ويتمثل المستوى الرابع في التفاعل الذاتي، حيث تتولى أنظمة الذكاء الاصطناعي التفاعل المباشر مع الجماهير من خلال روبوتات المحادثة والمساعدات الافتراضية، ويُضاف إلى ذلك في المرحلة الراهنة إنتاج المحتوى التوليدي القائم على النماذج اللغوية الكبيرة (Large Language Models) التي باتت قادرة على صياغة بيانات صحفية وتقارير وردود أزمات ومحتوى تسويقي بصورة شبه مستقلة (Hadi et al., 2023; Mündel & Kolo, 2024). وفي هذا المستوى تبلغ الإشكاليات الأخلاقية ذروتها لأن الجمهور قد لا يعلم أنه يتفاعل مع آلة أو يقرأ محتوى أنتجه ذكاء اصطناعي (Edwards, 2021).



المصدر: إعداد الباحث بناءً على تحليل أدبيات توظيف الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة. (Galloway & Swiatek, 2018; Wiencierz & Röttger, 2019)

شكل (1): المستويات المتدرجة لتوظيف الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة وعلاقتها بحده الإشكاليات الأخلاقية

ثانياً- الإشكالية الأولى: الشفافية ومفارقة الصندوق الأسود

تُعدّ الشفافية من أكثر القيم الأخلاقية رسوخًا في أدبيات العلاقات العامة (Rawlins, 2009). غير أن الذكاء الاصطناعي يُدخل معنى جديدًا تمامًا لمشكلة الشفافية. فثمة ثلاث طبقات تصبح إشكالية في هذا السياق: شفافية الهوية (أن يعرف الجمهور أنه يتفاعل مع نظام ذكاء اصطناعي)، وشفافية العملية

(أن يُدرك أن الرسائل نتاج تصنيف خوارزمي)، وشفافية المنطق (أن يكون بالإمكان تفسير أساس القرار الاتصالي). وتتسم الطبقة الأخيرة بالتعقيد الشديد نظرًا لطبيعة الشبكات العصبية العميقة التي يصعب حتى على مصممها تفسير منطقتها الداخلي (Burrell, 2016; Mittelstadt et al., 2016).

وفي سياق العلاقات العامة تحديًا، يتبدى هذا التحدي بصورة خاصة حين تستخدم مؤسسة ما نظام ذكاء اصطناعي توليديًا لصياغة بيانات صحفية أو ردود أزمات، فهل ينبغي لها الإفصاح عن ذلك؟ وحين تستخدم خوارزميات لتصنيف الجمهور وتوجيه رسائل مختلفة لشرائح مختلفة، هل يحق للجمهور معرفة أسس هذا التصنيف؟

ثالثًا- الإشكالية الثانية: الاستقلالية والتلاعب الخوارزمي

تحتل قيمة الاستقلالية مكانة محورية في الفلسفة الأخلاقية عمومًا والمقاربة الكانطية خصوصًا. وقد ظل التوتر بين الإقناع المشروع والتلاعب غير الأخلاقي موضع نقاش دائم في أدبيات العلاقات العامة (Fawkes, 2007). غير أن الذكاء الاصطناعي يُعمّق هذا التوتر بصورة غير مسبوقة. فمن ناحية، تتيح تقنيات الترميز النفسي والسلوكي قدرة هائلة على استهداف الأفراد برسائل مصممة لاستثارة استجابات عاطفية محددة، كما كشفت فضيحة كمبريدج أناليتيكا (Cadwalladr & Graham-Harrison, 2018). ومن ناحية أخرى، فإن التخصيص الخوارزمي قد يخلق غرف الصدى وبقاعات التصفية (Pariser, 2011; Sunstein, 2017). والسؤال الأخلاقي المركزي هو: متى يتحول التخصيص من خدمة مشروعة إلى تلاعب يُقوّض الاستقلالية المعرفية والقرارية للجمهور؟

ولتوضيح هذه الإشكالية في سياق العلاقات العامة: لو أن شركة أدوية استخدمت الذكاء الاصطناعي لتحديد الأفراد الأكثر عرضة للقلق الصحي - بناءً على سلوكهم الرقمي - ثم وجهت إليهم حصريًا رسائل تُضخّم مخاطر أمراض بعينها لتسويق منتجاتها، فهل يُعدّ ذلك إقناعًا مشروعًا أم تلاعبًا يستغل نقاط الضعف النفسية؟

رابعًا- الإشكالية الثالثة: العدالة والتحيز الخوارزمي

أثبتت دراسات عديدة أن أنظمة الذكاء الاصطناعي قد تُعيد إنتاج التحيزات القائمة في المجتمع وتُضخّمها (Buolamwini & Gebru, 2018; Benjamin, 2019). وفي سياق العلاقات العامة تحديًا، يتجلى هذا الخطر حين تُقضي خوارزميات التصنيف شرائح جمهورية بأكملها من تلقي رسائل أو خدمات بناءً على خصائص عرقية أو طبقية، أو حين تميل أنظمة تحليل المشاعر إلى سوء تفسير التعبيرات الثقافية لمجتمعات بعينها. فمثلًا، قد تُصنّف خوارزمية رصد الأزمات ردود فعل مجتمع معين على أنها «سلبية حادة» بسبب أنماط تعبيرية ثقافية لا تُمثّل فعليًا موقفًا عدائيًا، مما يقود المؤسسة إلى استجابة غير ملائمة تُعمّق الفجوة بدل ردها.

خامسًا- الإشكالية الرابعة: المسؤولية والمساءلة المُشتتة

من أعقد الإشكاليات الأخلاقية إشكالية توزيع المسؤولية حين يُفرضي قرار اتصالي مؤتمت إلى ضرر. فلنتخيل أن نظام ذكاء اصطناعي يُستخدم في إدارة الأزمات صنّف أزمة معينة بصورة خاطئة وأطلق استجابة غير ملائمة أسهمت في تفاقم الموقف. فمن يتحمل المسؤولية الأخلاقية؟ لقد أطلق ماتياس

(Matthias, 2004) على هذه الظاهرة مصطلح "فجوة المسؤولية" (Responsibility Gap) للإشارة إلى الحالات التي يُنتج فيها النظام التقني نتائج لا يمكن إرجاعها بصورة واضحة إلى فاعل بشري بعينه.

سادساً- الإشكالية الخامسة: الخصوصية و اقتصاد البيانات

لا يمكن فصل استخدام الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة عن منظومة جمع البيانات الشخصية الضخمة التي تُغذيه. وقد وصفت زوبوف (Zuboff, 2019) هذا الواقع بـ«رأسمالية المراقبة». وفي سياق العلاقات العامة، تتبدى الإشكالية في التوتر القائم بين الرغبة في فهم الجمهور بعمق لتقديم اتصال فعال وملائم، وبين احترام حقه في الخصوصية والتحكم في بياناته الشخصية. كما أن مفهوم الموافقة المستنيرة يتعرض لانتقادات متزايدة بسبب طولته وتعقيده وغموضه (Solove, 2013). ومن الأمثلة الدالة في هذا السياق: حين تجمع شركة علاقات عامة بيانات من منصات التواصل الاجتماعي عن ردود فعل الجمهور تجاه عميلها المؤسسي، وتستخدم هذه البيانات لتدريب نموذج تنبؤي يُحدد الأفراد الأكثر تأثيراً في شبكاتهم الاجتماعية لاستهدافهم برسائل مخصصة - فهل يُعد ذلك استخداماً مشروعاً لبيانات متاحة عامّاً، أم انتهاكاً لتوقعات الخصوصية المعقولة لهؤلاء الأفراد؟

المبحث الرابع: نحو إطار نظري تكاملي - أبعاد المسؤولية الاتصالية في عصر الذكاء الاصطناعي

أولاً- المنطلقات التأسيسية للإطار المقترح

ينطلق الإطار النظري المقترح من أربع مسلّمات تأسيسية:

- **المسلّمة الأولى:** الأطر الأخلاقية التقليدية لا ينبغي إلغاؤها بل توسيعها وإعادة صياغتها. ويتسق هذا المنطلق مع ما طرحه فلوريدي (Floridi et al., 2018) حين أكد أن أخلاقيات الذكاء الاصطناعي لا تستدعي اختراع قيم جديدة بقدر ما تستدعي إعادة تفسير القيم القائمة.
- **المسلّمة الثانية:** المسؤولية الأخلاقية في سياقات الذكاء الاصطناعي مسؤولية موزعة ومشاركة تتطلب تصوراً شبيكياً لا خطياً لسلسلة المساءلة.
- **المسلّمة الثالثة:** الإطار الأخلاقي الملائم لعصر الذكاء الاصطناعي ينبغي أن يكون استباقياً لا ردّ فعلياً فحسب (Ethics by Design).
- **المسلّمة الرابعة:** البعد الأخلاقي لا ينفصل عن البعد السياسي والاقتصادي، إذ إن ممارسات العلاقات العامة القائمة على الذكاء الاصطناعي تتم ضمن هياكل قوة غير متكافئة (Holtzhausen, 2012).

ثانياً- تبرير اختيار الأبعاد الخمسة ومعالجة إشكالية الخصوصية

انطلاقاً من هذه المسلّمات، جرى بناء الإطار وفق منطق تركيبي يربط بين الإشكاليات المُشخّصة والمبادئ المعيارية المتوفرة في كلا الحقلين. وقد مرّ اختيار الأبعاد بعدة مراجعات قبل الوصول إلى الصيغة النهائية. ففي المراحل الأولى، طُرحت ستة أبعاد تشمل بُعداً مستقلاً للخصوصية. غير أن التحليل المعمق أظهر أن الخصوصية، في سياق الذكاء الاصطناعي والعلاقات العامة، ليست إشكالية قائمة بذاتها بقدر ما هي مكوّن عابر (Cross-cutting Component) يتخلل الأبعاد الأخرى جميعها. فالشفافية الخوارزمية

تستلزم التوازن مع حق الخصوصية في الإفصاح عن البيانات المستخدمة. والمساءلة الموزعة تتطلب تحديد من يتحمل مسؤولية حماية البيانات الشخصية. والعدالة المعلوماتية تتضمن عدالة التعامل مع البيانات وعدم استغلالها. واستقلالية الجمهور تشمل حقه في التحكم في بياناته. والمسؤولية التوقعية تتطلب تقييم مخاطر انتهاك الخصوصية مسبقاً. لذا، فإن أفراد الخصوصية يُعد مستقل كان سِيُفضي إلى تكرار وتداخل مع الأبعاد الأخرى، في حين أن دمجها بوصفها مكوناً عابراً يعكس طبيعتها الحقيقية ويُتيح معالجتها بصورة أكثر دقة وتكاملاً.

كما جرى استبعاد بدائل أخرى مثل إدراج بُعد «الكفاءة التقنية» (أي قدرة الممارس على فهم الأنظمة التي يستخدمها)، إذ رُئي أن الكفاءة شرط عملي لتفعيل الإطار لا بُعد أخلاقي معياري بذاته. وبذلك استقرت الأبعاد على خمسة، مع الأخذ في الحسبان أن لكل بُعد صلة مباشرة بإشكالية أو أكثر من الإشكاليات المُشخَّصة، كما يتضح من الجدول التالي:

جدول رقم (2)
الربط بين الإشكاليات المُشخَّصة وأبعاد الإطار المقترح

| طبيعة المعالجة | البُعد/الأبعاد المعالجة في الإطار | الإشكالية المُشخَّصة |
|------------------------------|---|---------------------------------|
| معالجة مباشرة ومركزية | الشفافية الخوارزمية المتدرجة | الشفافية ومفارقة الصندوق الأسود |
| معالجة مباشرة ومركزية | استقلالية الجمهور | الاستقلالية والتلاعب الخوارزمي |
| معالجة مباشرة ومركزية | العدالة المعلوماتية | العدالة والتحيز الخوارزمي |
| معالجة مزدوجة (بنوية وزمنية) | المساءلة الاتصالية الموزعة + المسؤولية التوقعية | المسؤولية والمساءلة المشتتة |
| معالجة تكاملية مُدمجة | مكون عابر يتخلل الأبعاد الخمسة | الخصوصية واقتصاد البيانات |

المصدر: إعداد الباحث

ثالثاً- البُعد الأول: الشفافية الخوارزمية المُتدرجة

يُعيد هذا البعد صياغة مفهوم الشفافية التقليدي بما يستوعب الطبقات الثلاث المحددة سابقاً، مع إدراك أن الشفافية الكاملة قد لا تكون ممكنة أو مرغوبة في جميع الحالات. لذلك يتبنى الإطار مفهوم الشفافية المُتدرجة الذي يقوم على مبدأ مفاده أن مستوى الشفافية المطلوب ينبغي أن يتناسب طردياً مع درجة تأثير القرار الخوارزمي في حقوق الجمهور ومصالحه.

وعلى المستوى الأدنى، ينبغي أن يعرف كل فرد أنه يتعامل مع نظام ذكاء اصطناعي وليس مع إنسان (مبدأ الإفصاح عن الهوية الاتصالية). وعلى المستوى الأوسط، ينبغي أن تكون المؤسسة قادرة على شرح المنطق العام الذي تعمل به أنظمتها الذكية للجهات التنظيمية وللجمهور المتأثر. وعلى المستوى الأعلى، ينبغي أن تكون هناك آليات للتدقيق المستقل تسمح لأطراف خارجية مؤهلة بفحص الأنظمة والتحقق من عدالتها.

ويتقاطع هذا التصور مع مبادئ اللائحة العامة لحماية البيانات الأوروبية (GDPR) وتوصيات مجموعة الخبراء الأوروبية رفيعة المستوى للذكاء الاصطناعي (AI HLEG, 2019) التي أكدت على قابلية التفسير بوصفها شرطاً للجدارة بالثقة.

المكوّن العابر للخصوصية: تتضمن الشفافية الخوارزمية التزامًا بالإفصاح عن أنواع البيانات الشخصية المُستخدمة ومصادرها وأغراض معالجتها، مع مراعاة التوازن بين حق الجمهور في المعرفة وحماية المعلومات الحساسة للأفراد.

رابعًا- البُعد الثاني: المساءلة الاتصالية الموزّعة

يُعالج هذا البعد إشكالية فجوة المسؤولية من خلال تقديم تصور شبكي للمساءلة يتجاوز النموذج الخطي التقليدي. ويقوم على التمييز بين ثلاثة مستويات تتفاعل فيما بينها: مسؤولية التصميم (على عاتق المطورين)، ومسؤولية التوظيف (على عاتق الممارس والمؤسسة)، ومسؤولية الحوكمة (على عاتق المؤسسة بصفها كيانًا مسؤولًا أمام المجتمع).

والعنصر الجوهري هو مبدأ المسؤولية المتبقية (Residual Responsibility) الذي يعني أن المؤسسة تظل مسؤولة أخلاقيًا عن مخرجات الأنظمة التي تستخدمها حتى لو لم تكن قد توقعنت نتائجها أو قصدتها (Jonas, 1984).



◆ مبدأ المسؤولية المتبقية (Residual Responsibility)

المؤسسة تظل مسؤولة أخلاقيًا عن مخرجات الأنظمة حتى لو لم تتوقع نتائجها أو تقصدها، لأنها اختارت توظيفها واستفادت من عوائدها (استنادًا إلى Jonas, 1984; Matthias, 2004)

المصدر: إعداد الباحث - بناءً على الإطار النظري المقترح في الدراسة الحالية

شكل (2): نموذج المساءلة الاتصالية الموزّعة - مستويات المسؤولية في سياق الذكاء الاصطناعي

المكوّن العابر للخصوصية: تتضمن المساءلة تحديدًا واضحًا لمن يتحمل مسؤولية حماية البيانات الشخصية في كل مستوى من مستويات سلسلة القيمة، وإجراءات للتعويض حين يقع انتهاك لخصوصية الجمهور.

خامسًا- البُعد الثالث: العدالة المعلوماتية

يتجاوز هذا البعد المفهوم الضيق لعدم التمييز ليتبنى تصورًا أشمل يتضمن ثلاثة مكونات: عدالة التوزيع المعلوماتي (ضمان عدم إقصاء شرائح جمهورية)، وعدالة التمثيل (ضمان أن بيانات التدريب والمخرجات تعكس تنوع الجمهور)، وعدالة المشاركة (ضمان أن الجماهير المتأثرة تملك صوتًا في تشكيل السياسات). ويستفيد هذا البعد من أدبيات العدالة المعلوماتية (Taylor, 2017; Floridi, 2013) وأعمال فرينر (Fraser, 2009).

المكوّن العابر للخصوصية: تتضمن العدالة المعلوماتية ضمان عدم استغلال بيانات الفئات الأكثر ضعفًا بصورة غير متناسبة، والتزامًا بأن تكون جمع البيانات ومعالجتها عادلين ومتوازنين عبر الشرائح الجمهورية المختلفة.

سادسًا- البُعد الرابع: استقلالية الجمهور

يُعيد هذا البعد صياغة قيمة احترام الاستقلالية بما يستوعب أشكال التأثير الجديدة التي يُتيحها الذكاء الاصطناعي. ويتجاوز التمييز الثنائي التقليدي بين الإقناع المشروع والتلاعب غير الأخلاقي ليقترح طيفًا متدرجًا يتضمن أربع نقاط مرجعية: الإعلام (أقل الأشكال إشكالية)، والإقناع (مشروع بشرط الوعي)، والوكز (Nudging) (منطقة رمادية)، والتلاعب (مرفوض أخلاقيًا).

ويؤكد هذا البعد أن مسؤولية الممارس تتضمن التزامًا إيجابيًا بتمكين الجمهور من اتخاذ قرارات مستنيرة، لا مجرد التزام سلبي بعدم خداعه.

← تقويض الاستقلالية

→ احترام الاستقلالية



المصدر: إعداد الباحث بتطوير تصنيف Fawkes (2007) في ضوء أدبيات الوكز الرقمي (Thaler & Sunstein, 2008; Zuboff, 2019)

شكل (3): طيف التأثير الاتصالي وعلاقته بالاستقلالية الجمهورية في سياق الذكاء الاصطناعي

المكوّن العابر للخصوصية: تتضمن استقلالية الجمهور حقه في التحكم في بياناته الشخصية، وإتاحة خيارات حقيقية (لا شكلية) لرفض التتبع والتخصيص، بما يتجاوز نماذج الموافقة الشكلية التي انتقدها سولوف (Solove, 2013).

سابعاً- البُعد الخامس: المسؤولية التوقعية

يستلهم هذا البعد مفهوم المسؤولية الاستباقية الذي طوره يوناث (Jonas, 1984) وغرونوالد (Grunwald, 2012). ويتضمن ثلاثة مكونات عملية: تقييم الأثر الأخلاقي المسبق، والمراقبة المستمرة للمخرجات، والقابلية للتصحيح والتراجع. ويُضفي هذا البعد على الإطار طابعاً ديناميكياً تعلمياً تكيفياً.

المكوّن العابر للخصوصية: يتضمن تقييم الأثر المسبق تقديراً محدداً لمخاطر انتهاك الخصوصية المرتبطة بأي نظام جديد، وتتضمن المراقبة المستمرة التحقق الدوري من التزام الأنظمة بسياسات حماية البيانات.



↔ علاقات تكاملية متبادلة بين الأبعاد الخمسة ↔

الشفافية شرط المساءلة - المساءلة شرط العدالة - العدالة تعزز الاستقلالية - المسؤولية التوقعية غلاف جامع

المصدر: إعداد الباحث - الإطار النظري المقترح في الدراسة الحالية

شكل (4): الإطار النظري التكاملي المقترح - أبعاد المسؤولية الاتصالية في عصر الذكاء الاصطناعي

ثامنًا- العلاقات التكاملية بين الأبعاد الخمسة

لا ينبغي فهم الأبعاد الخمسة بوصفها مكونات منفصلة، بل هي منظومة مترابطة يُغذي كل بُعد فيها الأبعاد الأخرى ويُعزّزها. فالشفافية شرط ضروري للمساءلة. والمساءلة شرط للعدالة. والعدالة مرتبطة عضوياً باستقلالية الجمهور. والمسؤولية التوقعية غلاف جامع يضمن تفعيل الأبعاد الأربعة الأخرى استباقياً. والخصوصية مكوّن عابر يتخلل الأبعاد جميعها.

والعلاقة بين هذه الأبعاد ليست هرمية بالضرورة، فقد تتفاوت أهمية كل بُعد بحسب السياق. ففي سياق إدارة الأزمات مثلاً قد تتقدم المسؤولية التوقعية والمساءلة. في حين قد تتقدم العدالة المعلوماتية والاستقلالية في سياق الحملات الموجهة لشرائح مهمّشة. وقد تنشأ حالات توتر بين الأبعاد، كالتوتر بين متطلبات الشفافية الكاملة وحماية الخصوصية، أو بين استقلالية الجمهور في رفض التخصيص وقدره المؤسسة على تقديم خدمة اتصالية فعالة. وفي هذه الحالات، يقترح الإطار أن يكون مبدأ حماية الطرف الأضعف (أي الجمهور) هو المرجح عند التعارض، انسجاماً مع المسألة الرابعة المتعلقة بعدم تكافؤ القوة.

جدول رقم (3)

الأبعاد الخمسة للإطار المقترح - المكونات والمؤشرات والأسس النظرية

| العلاقته بالأبعاد الأخرى | الأسس النظرية | المؤشرات التطبيقية | المكونات الفرعية | البُعد |
|---|---|--|--|------------------------------------|
| شرط تمكيني للمساءلة والاستقلالية | Rawlins (2009); Diakopoulos (2015); Pasquale (2015); AI; GDPR; HLEG (2019) | إفصاح عن استخدام AI - شرح المنطق العام - تدقيق خارجي مستقل | شفافية الهوية؛ شفافية العملية؛ شفافية المنطق | الشفافية الخوارزمية المتدرجة |
| يُفعل الشفافية؛ شرط للعدالة | Jonas (1984); Matthias (2004); Floridi et al (2018) | سياسات استخدام واضحة - آليات رقابة - إجراءات تصحيح - تقارير مساءلة دورية | مسؤولية التصميم؛ مسؤولية التوظيف؛ مسؤولية الحوكمة؛ المسؤولية المتبقية | المساءلة الاتصالية الموزعة |
| يتطلب مساءلة؛ يُعزز الاستقلالية | Fraser (2009); Noble (2017); Couldry & Mejias (2019) | اختبار تحيز الخوارزميات - تنوع بيانات التدريب - إشراك الجماهير المتأثرة | عدالة التوزيع؛ عدالة التمثيل؛ عدالة المشاركة | العدالة المعلوماتية |
| غاية تخدمها الأبعاد الثلاثة الأولى | Bowen (2004); Kent & Taylor (2002); Thaler & Sunstein (2008) | تقييم أثر التخصيص على الاختيار الحر - إتاحة خيار رفض التخصيص - محو أمية الخوارزميات | طيف التأثير المتدرج؛ التمكين المعرفي؛ حق الانسحاب | استقلالية الجمهور |
| غلاف جامع يضمن تفعيل جميع الأبعاد استباقياً | Jonas (1984); Grunwald (2012); Ethics by Design; Jobin et al (2019) | دراسة جدوى أخلاقية - لوحات مراقبة آنية - بروتوكولات إيقاف طارئ | تقييم الأثر المسبق؛ المراقبة المستمرة؛ القابلية للتصحيح | المسؤولية التوقعية |
| يتخلل الأبعاد الخمسة جميعها | Solove (2019); Zuboff (2013); GDPR | سياسة خصوصية واضحة - آليات موافقة - فعلية - حق الحذف - تقييم أثر الخصوصية | حماية البيانات؛ الموافقة الحقيقية؛ حق التحكم؛ تقييم مخاطر الانتهاك | الخصوصية (مكوّن عابر) |

المصدر: إعداد الباحث - الإطار النظري المقترح في الدراسة الحالية

المبحث الخامس: الإطار المقترح في ضوء النظريات القائمة - حوار نقدي أولاً- العلاقة بنظرية التميز

يُمكن قراءة الإطار المقترح بوصفه امتدادًا وتوسيعًا لنظرية التميز وليس نقضًا لها. فنظرية التميز أرست مبدأ التوازن في المصالح بين المؤسسة و جماهيرها. والإطار المقترح يُعيد طرح السؤال: كيف يمكن تحقيق هذا التوازن حين يكون الذكاء الاصطناعي طرفًا في المعادلة؟ والإجابة التي يقترحها هي أن التناظرية في عصر الذكاء الاصطناعي تستلزم التزامات إضافية من قبيل الشفافية الخوارزمية والعدالة المعلوماتية، لأن عدم التكافؤ التقني يجعل من واجب المؤسسة بذل جهد أكبر لإعادة التوازن.

ثانيًا- العلاقة بالنموذج الحواري

يتقاطع الإطار مع النموذج الحواري لكي نت و تايلور لا سيما في بُعد استقلالية الجمهور. غير أنه يتجاوز في نقطتين: الأولى أنه يأخذ في الحسبان أن كثيرًا من التفاعلات الاتصالية ليست حوارية بالمعنى المفترض بل مؤتمتة. والثانية أنه يُعالج البعد البنيوي المتعلق بالعدالة في الوصول إلى المعلومات وهياكل القوة.

ثالثًا- العلاقة بأخلاقيات الذكاء الاصطناعي

يستفيد الإطار من الأدبيات المتنامية في أخلاقيات الذكاء الاصطناعي، لا سيما إطار فلوريدي وكاول (Floridi & Cowls, 2019) والمسح العالمي الذي أجراه جوبين وزملاؤه (Jobin et al., 2019) لمبادئ أخلاقيات الذكاء الاصطناعي والذي حدد 84 مجموعة من المبادئ الأخلاقية تتقاطع في خمسة محاور رئيسية هي: الشفافية، والعدالة، وعدم الضرر، والمسؤولية، والخصوصية. ويتقاطع الإطار المقترح مع هذه المحاور لكنه يُعيد صياغتها في السياق المحدد للعلاقات العامة بوصفها ممارسة اتصالية مؤسسية لها طبيعتها الخاصة. كما يتقاطع الإطار مع المبادئ التوجيهية لمجموعة الخبراء الأوروبية (AI HLEG, 2019) التي حددت سبعة متطلبات لذكاء اصطناعي جدير بالثقة، من بينها الشفافية والمساءلة والعدالة. غير أن هذه المبادئ صيغت بمستوى عمومية عالٍ لا يُراعي خصوصيات الحقول التطبيقية المختلفة، وهو ما يسعى الإطار المقترح إلى تجاوزه من خلال التخصيص السياقي.

رابعًا- العلاقة بالمقاربات النقدية وتبرير الموقف الإصلاحي

ثمة تقاطع مهم بين الإطار المقترح والمقاربات النقدية (Holtzhausen, 2012; Edwards, 2018)، لا سيما في بُعد العدالة المعلوماتية. غير أن الإطار يتبنى موقفًا إصلاحيًا بدلًا من الموقف النقدي الجذري الذي يُنكر إمكانية أي ممارسة أخلاقية داخل الأنساق المؤسسية القائمة. وتبرير هذا الاختيار ثلاثي الأبعاد: أولاً، من منظور براغماتي، فإن الإطار يستهدف - من بين ما يستهدف - تقديم إرشاد عملي للممارسين، وهو هدف يتعارض مع الرفض المبدئي للممارسة المؤسسية. ثانيًا، من منظور فلسفي، يتبنى الإطار موقفًا أقرب إلى «الواقعية النقدية» (Critical Realism) التي تُقر بوجود هياكل قوة غير عادلة لكنها ترى أن التغيير التدريجي من الداخل ممكن ومشروع. ثالثًا، من منظور منهجي، فإن الأبعاد الخمسة ذاتها لا سيما العدالة

المعلوماتية) تتضمن أدوات للنقد البنوي، مما يجعل الإطار قادرًا على كشف الممارسات غير العادلة وتحديها دون الحاجة إلى تبني خطاب الرفض الشامل.

المبحث السادس: سيناريو تطبيقي توضيحي

لتوضيح كيفية استخدام الإطار المقترح في تحليل موقف واقعي، يُقدّم السيناريو الافتراضي التالي الذي يستلهم عناصره من حالات فعلية:

وصف السيناريو

قررت شركة اتصالات كبرى توظيف نظام ذكاء اصطناعي متكامل لإدارة علاقاتها العامة يتضمن: (أ) نظام تحليل مشاعر يرصد ردود الفعل على منصات التواصل الاجتماعي أنيًّا، (ب) خوارزمية تخصيص تُصمم رسائل مختلفة لشرائح جمهورية مصنفة بحسب سماتها النفسية والسلوكية، (ج) روبوت محادثة يتولى الاستجابة الأولية لشكاوى العملاء واستفساراتهم، (د) نموذج توليدي يصوغ بيانات صحفية ومنشورات على وسائل التواصل الاجتماعي. وبعد أشهر من التوظيف، اتضح أن النظام كان يُقصي سكان المناطق الريفية من تلقي عروض خدمات جديدة لأن بيانات التدريب كانت مُنحازة لصالح سكان المدن.

التحليل وفق الإطار المقترح

| التوصيات | التشخيص في السيناريو | أسئلة التقييم | البُعد |
|---|--|---|-----------------------|
| وضع إشارة واضحة إلى التفاعل الآلي. نشر سياسة شفافة حول منطوق التخصيص. الإفصاح عن استخدام AI التوليدي. | لم يُفصح عن طبيعة روبوت المحادثة. منطوق التخصيص غير معلن. البيانات الصحفية لم تُنسب إلى AI. | هل أفصح عن استخدام AI في التفاعل مع الجمهور؟ هل يمكن تفسير منطوق التخصيص؟ | الشفافية الخوارزمية |
| تحديد مسؤوليات كل طرف تعاقدًا. إنشاء لجنة رقابة أخلاقية داخلية. وضع إجراءات تعويض للمتضررين. | مسؤولية التصميم: مزود التقنية لم يختبر التحيز. مسؤولية التوظيف: الممارس لم يراجع المخرجات. مسؤولية الحوكمة: غياب سياسة مؤسسية. مسؤولية متبقية: الشركة مسؤولة بالنتيجة. | من يتحمل المسؤولية عن إقصاء سكان الريف؟ هل ثمة آليات رقابة؟ | المساءلة الموزعة |
| تدقيق بيانات التدريب وإعادة توازنها. اختبار دوري للتحيز. إشراك ممثلين عن المناطق الريفية في تصميم السياسات. | إقصاء واضح لسكان الريف. بيانات التدريب منحازة. غياب آلية لإشراك الجمهور المتأثر. | هل يُقصي النظام شرائح معينة؟ هل تعكس البيانات تنوع الجمهور؟ | العدالة المعلوماتية |
| إتاحة خيار تلقي رسائل غير مخصصة. مراجعة معايير التصنيف النفسي للتأكد من عدم استغلال نقاط الضعف. | التخصيص النفسي يقع في المنطقة الرمادية بين الوكز والتلاعب. لا يُتاح للجمهور خيار رفض التخصيص. | هل يحترم التخصيص قدرة الجمهور على الاختيار الحر؟ أين يقع التأثير على الطيف؟ | استقلالية الجمهور |
| إلزام بتقييم أثر أخلاقي قبل أي توظيف جديد. إنشاء لوحة مراقبة آنية. وضع بروتوكول تصحيح وإيقاف. | لم يُجرَ تقييم أخلاقي مسبق. غياب مراقبة للمخرجات. عدم وجود بروتوكول إيقاف طارئ. | هل أُجري تقييم أثر أخلاقي مسبق؟ هل ثمة مراقبة مستمرة؟ | المسؤولية التوقعية |
| تبسيط آلية الموافقة. إتاحة حق الحذف والوصول والتصحيح فعليًّا. | موافقة شكلية عبر شروط استخدام مطولة. غياب خيار حقيقي لحذف البيانات. | هل جُمعت البيانات بموافقة حقيقية؟ هل يملك الأفراد حق التحكم؟ | الخصوصية (مكوّن عابر) |

يُظهر هذا السيناريو كيف يُمكن للإطار أن يعمل بوصفه أداة تشخيصية شاملة تكشف عن الثغرات الأخلاقية المتشابكة في ممارسة العلاقات العامة القائمة على الذكاء الاصطناعي، ويُقدّم في الوقت ذاته توجهات عملية للإصلاح.

المبحث السابع: التضمينات النظرية والتطبيقية

أولاً- التضمينات على مستوى النظرية

- 1- إعادة تعريف «الممارسة المتميزة»: لا يكفي أن تكون العلاقات العامة تناظرية وحوارية، بل ينبغي أن تكون أيضاً شفافة خوارزميةً وعادلةً معلومياً وقابلة للمساءلة ومحترمة لاستقلالية الجمهور.
- 2- مراجعة مفهوم الجمهور: فالجمهور أصبح أيضاً مصدرًا للبيانات، وموضوعًا للتصنيف الخوارزمي، وطرفًا في تفاعلات قد لا يُدرك طبيعتها التقنية.
- 3- تجسير الفجوة بين حقلين: يربط الإطار بين أدبيات أخلاقيات العلاقات العامة وأدبيات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي.

ثانياً- التضمينات على مستوى الممارسة المهنية

قائمة أسئلة استرشادية لصنع القرار الأخلاقي وفق الإطار المقترح:

- على مستوى الشفافية: هل يعلم الجمهور أنه يتفاعل مع نظام AI؟ هل يمكن شرح الأسس العامة للتخصيص الخوارزمي؟ هل يُفصح عن المحتوى المُنتج بواسطة AI التوليدي؟
- على مستوى المساءلة: هل ثمة تحديد واضح لمن يتحمل المسؤولية عن كل مرحلة؟ هل توجد آليات رقابة داخلية فعالة؟ هل ثمة إجراءات للتصحيح والتعويض حين يقع ضرر؟
- على مستوى العدالة: هل جرى اختبار تحيز الخوارزميات المستخدمة؟ هل تعكس بيانات التدريب تنوع الجمهور المستهدف؟ هل تُشرك الفئات المتأثرة في تصميم السياسات؟
- على مستوى الاستقلالية: أين يقع التأثير المُمارَس على طيف الإعلام-الإقناع-الوكز-التلاعب؟ هل يُتاح للجمهور خيار حقيقي لرفض التخصيص والتتبع؟ هل ثمة جهود لتعزيز الوعي الخوارزمي لدى الجمهور؟
- على مستوى المسؤولية التوقعية: هل أُجري تقييم أثر أخلاقي مسبق؟ هل توجد آليات مراقبة مستمرة؟ هل ثمة قدرة على التراجع والتصحيح حين تتكشف أضرار غير متوقعة؟
- على مستوى الخصوصية (عبر الأبعاد جميعها): هل جُمعت البيانات بموافقة حقيقية مستنيرة؟ هل يملك الأفراد حقًا فعليًا في الوصول إلى بياناتهم وتعديلها وحذفها؟ هل تُستخدم البيانات حصراً للأغراض المُعلنة؟

ومن حيث التنظيم المهني، يُمكن للأبعاد الخمسة أن تُشكّل أساسًا لتطوير مبادئ أخلاقية محدّثة للجمعيات المهنية في مجال العلاقات العامة. فالمواثيق الحالية، كميثاق الجمعية الدولية للعلاقات العامة (IPRA) وميثاق جمعية العلاقات العامة الأمريكية (PRSA)، لا تتضمن بنودًا كافية تتعلق بالذكاء الاصطناعي والبيئة الرقمية.

ومن حيث التعليم والتدريب، يُؤكد الإطار ضرورة أن تتضمن مناهج تعليم العلاقات العامة مقررات تجمع بين الكفاءة التقنية والوعي الأخلاقي.

ثالثاً- التضمينات على مستوى البحث المستقبلي

يفتح الإطار عدة مسارات بحثية من بينها: الدراسة الإمبريقية لمدى التزام مؤسسات العلاقات العامة بمعايير الشفافية الخوارزمية، ودراسة تصورات الجماهير الأخلاقية التفاعل مع أنظمة AI، والمقارنة بين الأطر التنظيمية في دول مختلفة، وتطوير مقاييس كمية لتقييم الأداء الأخلاقي. كما يدعو إلى دراسات نوعية تستكشف التجربة الحية للممارسين في مواجهة المعضلات الأخلاقية، ودراسات مقارنة عبر ثقافية تختبر مدى ملاءمة الأبعاد المقترحة لسياقات ثقافية غير غربية.

المبحث الثامن: حدود الدراسة و آفاقها

تخضع هذه الدراسة لجملة من المحددات ينبغي الإقرار بها بشفافية:

- 1- غياب الاختبار الإمبريقي: يظل الإطار المقترح بناءً نظريًا يحتاج إلى اختبار في سياقات واقعية متنوعة، والسيناريو التطبيقي المُقدّم لا يحل محل البحث الميداني.
- 2- الهيمنة الغربية على مصادر المراجعة: رغم الإشارة إلى مقاربات غير غربية، قامت المراجعة بصورة أساسية على أدبيات إنجليزية وعربية، مما قد يُفقد الإطار بعض الخصوصيات الثقافية لسياقات آسيوية وأفريقية وأمريكية لاتينية.
- 3- سرعة التطور التقني: يتسم حقل الذكاء الاصطناعي بسرعة تطور استثنائية - لا سيما في مجال الذكاء الاصطناعي التوليدي - قد تجعل بعض الافتراضات التقنية بحاجة إلى مراجعة مستمرة.
- 4- إشكالية التوتر بين المتطلبات الأخلاقية والضغوط الاقتصادية: لم تُعالج الدراسة بتعمق كافٍ إشكالية أن الالتزام بمتطلبات الإطار (كالشفافية الكاملة أو تقييم الأثر المسبق) قد يُفضي إلى تكاليف إضافية وعيوب تنافسية، مما يستدعي بحثًا مستقبلاً في الحوافز الاقتصادية والتنظيمية الملائمة.
- 5- تفاوت الأطر التنظيمية بين الدول: لم تُعالج الاختلافات الجوهرية بين الأنظمة القانونية للدول في ما يخص حماية البيانات وتنظيم الذكاء الاصطناعي وأثرها في تطبيق الإطار المقترح.

ومع ذلك، فإن هذه المحددات لا تنتقص من القيمة التأسيسية للإطار بل تفتح آفاقاً واعدة لتطويره وتعميقه.

الخاتمة

سعت هذه الدراسة إلى مقارنة إشكالية نظرية ذات راهنية بالغة تتعلق بالتأسيس الأخلاقي لممارسة العلاقات العامة في عصر بات فيه الذكاء الاصطناعي فاعلاً مركزياً في العملية الاتصالية. وقد انطلقت من مراجعة سردية نقدية للأطر النظرية الكلاسيكية والمعاصرة في أخلاقيات العلاقات العامة (87 عملاً علمياً منشوراً بين 1984 و2025)، وخلصت إلى أن هذه الأطر - رغم ثرائها - تعاني من قصور مفاهيمي

وبنيوي وإبستمولوجي يحدّد من قدرتها على الاستجابة للإشكاليات النوعية التي يطرحها الذكاء الاصطناعي. ثم شخّصت خمس إشكاليات أخلاقية رئيسية تتعلق بالشفافية والاستقلالية والعدالة والمسؤولية والخصوصية، قبل أن تقترح إطارًا نظريًا تكامليًا يتضمن خمسة أبعاد مترابطة (الشفافية الخوارزمية المتدرجة، والمساءلة الاتصالية الموزعة، والعدالة المعلوماتية، واستقلالية الجمهور، والمسؤولية التوقعية) مع إدماج الخصوصية بوصفها مكوّنًا عابرًا يتخلل الأبعاد جميعها.

إن هذا الإطار ليس نهاية المطاف بل بداية مسار نظري يحتاج إلى إثراء وتعميق ومواجهة مع الواقع الإمبريقي. وفي نهاية المطاف، فإن الرهان ليس تقنيًا بقدر ما هو إنساني وقيمي، إذ يتعلق بطبيعة العلاقة التي نريد أن تربط المؤسسات بالمجتمعات التي تعمل فيها، والحدود التي لا ينبغي للتقنية أن تتجاوزها مهما بلغت قدراتها.

المراجع

أولاً- المراجع باللغة العربية

- البشر، محمد. (2020). العلاقات العامة الرقمية: المفاهيم والتطبيقات. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- الحمداني، سعد. (2022). أخلاقيات الاتصال في الفكر الإسلامي: مقارنة معاصرة. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- الدليبي، عبد الرزاق. (2019). الإعلام الرقمي والتحديات الأخلاقية. عمان: دار المسيرة.
- السيد، ليلى حسين. (2021). «أخلاقيات توظيف الذكاء الاصطناعي في الممارسات الاتصالية: رؤية نقدية». *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 74، 1-38.
- العبد، عاطف عدلي. (2020). «الذكاء الاصطناعي وتحولات الاتصال المؤسسي: قراءة في الأبعاد الأخلاقية». *مجلة البحوث الإعلامية*، 55(2)، 1-42.
- عبد الحميد، محمد. (2019). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب.
- المقدادي، خالد. (2023). الذكاء الاصطناعي التوليدي: الفرص والتحديات الأخلاقية في السياق العربي. الدوحة: مركز الجزيرة للدراسات.
- نصر، حسني. (2022). «العلاقات العامة الرقمية في البيئة العربية: إشكاليات أخلاقية ومهنية». *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، 28، 89-122.

ثانياً- المراجع باللغة الأجنبية

- AI HLEG. (2019). *Ethics guidelines for trustworthy AI*. European Commission, High-Level Expert Group on Artificial Intelligence.
- Benjamin, R. (2019). *Race after technology: Abolitionist tools for the new Jim code*. Polity Press.
- Bernays, E. L. (1928). *Propaganda*. Horace Liveright.
- Bivins, T. H. (2004). *Mixed media: Moral distinctions in advertising, public relations, and journalism*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Bowen, S. A. (2004). Expansion of ethics as the tenth generic principle of public relations excellence: A Kantian theory and model for managing ethical issues. *Journal of Public Relations Research*, 16(1), 65-92.
- Bowen, S. A. (2005). A practical model for ethical decision making in issues management and public relations. *Journal of Public Relations Research*, 17(3), 191-216.
- Bowen, S. A. (2008). A state of neglect: Public relations as corporate conscience or ethics counsel. *Journal of Public Relations Research*, 20(3), 271-296.
- Buolamwini, J., & Gebru, T. (2018). Gender shades: Intersectional accuracy disparities in commercial gender classification. In *Proceedings of the 1st Conference on Fairness, Accountability and Transparency* (pp. 77-91). PMLR.
- Burrell, J. (2016). How the machine 'thinks': Understanding opacity in machine learning algorithms. *Big Data & Society*, 3(1), 1-12.
- Cadwalladr, C., & Graham-Harrison, E. (2018, March 17). Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach. *The Guardian*.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2018). Innovation in public relations theory and practice. *Journal of Communication Management*, 22(4), 382-396.
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). *The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. Stanford University Press.

- Diakopoulos, N. (2015). Algorithmic accountability: Journalistic investigation of computational power structures. *Digital Journalism*, 3(3), 398–415.
- Edwards, L. (2018). *Understanding public relations: Theory, culture and society*. Sage.
- Edwards, L. (2021). Organized lying and professional legitimacy: Public relations' accountability in the disinformation debate. *European Journal of Communication*, 36(2), 147–162.
- Fawkes, J. (2007). Public relations models and persuasion ethics: A new approach. *Journal of Communication Management*, 11(4), 313–331.
- Floridi, L. (2013). *The ethics of information*. Oxford University Press.
- Floridi, L., & Cowls, J. (2019). A unified framework of five principles for AI in society. *Harvard Data Science Review*, 1(1), 1–15.
- Floridi, L., Cowls, J., Beltrametti, M., Chatila, R., Chazerand, P., Dignum, V., ... & Vayena, E. (2018). AI4People-An ethical framework for a good AI society. *Minds and Machines*, 28(4), 689–707.
- Fraser, N. (2009). *Scales of justice: Reimagining political space in a globalizing world*. Columbia University Press.
- Galloway, C., & Swiatek, L. (2018). Public relations and artificial intelligence: It's not (just) about robots. *Public Relations Review*, 44(5), 734–740.
- Gregory, A., & Half, G. (2020). The damage done by big data-driven public relations. *Public Relations Review*, 46(2), 101902.
- Grunig, J. E. (Ed.). (1992). *Excellence in public relations and communication management*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, J. E., & Grunig, L. A. (1992). Models of public relations and communications. In J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in public relations and communication management* (pp. 285–325). Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Grunwald, A. (2012). *Responsible nanobiotechnology: Philosophy and ethics*. Pan Stanford Publishing.
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action, Vol. 1* (T. McCarthy, Trans.). Beacon Press.
- Hadi, M. U., Qureshi, R., Shah, A., Irfan, M., Zafar, A., Shaikh, M. B., ... & Mirjalili, S. (2023). A survey on large language models: Applications, challenges, limitations, and practical usage. *TechRxiv*. Preprint. <https://doi.org/10.36227/techrxiv.23589741.v1>
- Harrison, K., & Galloway, C. (2005). Public relations ethics: A simpler (but not simplistic) approach to the complexities. *Prism*, 3(1), 1–17.
- Heath, R. L. (2001). A rhetorical enactment rationale for public relations. In R. L. Heath (Ed.), *Handbook of public relations* (pp. 31–50). Sage.
- Holtzhausen, D. R. (2012). *Public relations as activism: Postmodern approaches to theory and practice*. Routledge.
- Huang, Y.-H. (2004). Is symmetrical communication ethical and effective? *Journal of Business Ethics*, 53(4), 333–352.
- Jaakkola, E. (2020). Designing conceptual articles: Four approaches. *AMS Review*, 10(1–2), 18–26.
- Jobin, A., Ienca, M., & Vayena, E. (2019). The global landscape of AI ethics guidelines. *Nature Machine Intelligence*, 1(9), 389–399.
- Jonas, H. (1984). *The imperative of responsibility*. University of Chicago Press.

- Kent, M. L., & Taylor, M. (2002). Toward a dialogic theory of public relations. *Public Relations Review*, 28(1), 21–37.
- L'Etang, J. (2003). The myth of the 'ethical guardian'. *Journal of Communication Management*, 8(1), 53–67.
- L'Etang, J. (2008). *Public relations: Concepts, practice and critique*. Sage.
- Matthias, A. (2004). The responsibility gap: Ascribing responsibility for the actions of learning automata. *Ethics and Information Technology*, 6(3), 175–183.
- Mittelstadt, B. D., Allo, P., Taddeo, M., Wachter, S., & Floridi, L. (2016). The ethics of algorithms: Mapping the debate. *Big Data & Society*, 3(2), 1–21.
- Moloney, K. (2006). *Rethinking public relations* (2nd ed.). Routledge.
- Mündel, T., & Kolo, C. (2024). Generative AI in strategic communication: Ethical challenges and professional implications. *Journal of Communication Management*, 28(1), 45–63.
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of oppression*. NYU Press.
- Noddings, N. (2003). *Caring: A relational approach to ethics and moral education* (2nd ed.). University of California Press.
- O'Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction*. Crown.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble*. Penguin Press.
- Pasquale, F. (2015). *The black box society*. Harvard University Press.
- Pearson, R. (1989). Beyond ethical relativism in public relations. In J. E. Grunig & L. A. Grunig (Eds.), *Public relations research annual* (Vol. 1, pp. 67–86). Lawrence Erlbaum Associates.
- Place, K. R. (2019). Moral dilemmas, trials, and gray areas. *Public Relations Review*, 45(1), 24–34.
- Rawlins, B. (2009). Give the emperor a mirror. *Journal of Public Relations Research*, 21(1), 71–99.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology. *Journal of Business Research*, 104, 333–339.
- Solove, D. J. (2013). Privacy self-management and the consent dilemma. *Harvard Law Review*, 126(7), 1880–1903.
- Sriramesh, K., & Verčič, D. (Eds.). (2020). *The global public relations handbook* (3rd ed.). Routledge.
- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.
- Taylor, L. (2017). What is data justice? *Big Data & Society*, 4(2), 1–14.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge*. Yale University Press.
- Wiesenberg, M., & Tench, R. (2020). Deep strategic mediatization: Organizational leaders' knowledge and usage of social bots in an era of disinformation. *International Journal of Information Management*, 51, 102042.
- Wiencierz, C., & Röttger, U. (2019). Trust in organizations: The significance of digital communication. In S. Geissler et al. (Eds.), *Trust and communication in a digitized world* (pp. 91–107). Springer.
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism*. PublicAffairs.

Ethics of Public Relations in the Age of Artificial Intelligence: An Integrative Theoretical Framework for Understanding Communicative Responsibility in the Automated Digital Environment

Dr. Hanaa Ebrahim

Associate Professor in Public Relations and Strategic Communication

Al Shorouk Academy, Egypt

dr.hana.okasha@sha.edu.eg

ABSTRACT

This study addresses a central problematic regarding the gap in public relations (PR) literature concerning the ethical framing of institutional communication practices amid the transformations brought about by artificial intelligence (AI). Although partial attempts exist to address this intersection (Galloway & Swiatek, 2018; Wiencierz & Röttger, 2019; Wiesenbergy & Tench, 2020), the field still lacks an integrative theoretical framework that reconceptualizes communicative responsibility in light of automation and algorithmic personalization. The study seeks to construct such a framework through a critical narrative review of 87 scholarly works published between 1984 and 2025, retrieved from Scopus, Web of Science, and Communication Abstracts databases, spanning PR ethics, AI ethics, and data governance. These works were analyzed along three axes: philosophical foundations, epistemological assumptions, and applicability to automated contexts. The study proposes a composite theoretical framework comprising five interrelated dimensions: graduated algorithmic transparency, distributed communicative accountability, informational justice, audience autonomy, and anticipatory responsibility. These dimensions were derived from the intersection between ethical problematics identified in PR literature and emerging normative principles in AI ethics, with privacy integrated as a cross-cutting component permeating all five dimensions. This framework overcomes the deficiencies of traditional models when applied to communication contexts characterized by technical invisibility. The study also presents illustrative application scenarios and a set of theoretical and practical implications that redefine ethical professional practice in PR.

Keywords: *Public Relations Ethics, Artificial Intelligence, Communicative Responsibility, Algorithmic Transparency, Audience Autonomy, Theoretical Framework.*

