

أثر التحول الرقمي القائم على الذكاء الاصطناعي في تعزيز الحوكمة وتحقيق الاستدامة بالمؤسسات الإعلامية

The Impact of Artificial Intelligence–Based Digital Transformation on Enhancing Governance and Achieving Sustainability in Media Organizations

متعب إبراهيم السليمي¹
كلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبد العزيز (المملكة العربية السعودية).
dcr8s.sa@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.21939620>

تاريخ النشر: 2026-03-08

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر التحول الرقمي القائم على الذكاء الاصطناعي في تعزيز الحوكمة المؤسسية وتحقيق الاستدامة داخل المؤسسات الإعلامية، في ظل التحولات التكنولوجية المتسارعة التي يشهدها قطاع الإعلام المعاصر. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تحليل الأدبيات العلمية والدراسات السابقة ذات الصلة بمجالات التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي والحوكمة والاستدامة.

وسعت الدراسة إلى إبراز دور الذكاء الاصطناعي في تطوير عمليات الإنتاج الإعلامي، وتحسين جودة المحتوى، وتعزيز كفاءة إدارة الموارد، ودعم اتخاذ القرار القائم على تحليل البيانات. كما تناولت إسهام التقنيات الذكية في ترسيخ مبادئ الشفافية والمساءلة والرقابة داخل المؤسسات الإعلامية، بما يسهم في رفع مستوى المصداقية وبناء الثقة مع الجمهور.

وأظهرت نتائج الدراسة أن التحول الرقمي المدعوم بالذكاء الاصطناعي يمثل ركيزة أساسية لتطوير الأداء المؤسسي وتحقيق الاستدامة الاقتصادية والاجتماعية والمهنية، من خلال خفض التكاليف التشغيلية، وتنويع مصادر الدخل، وتحسين كفاءة الموارد البشرية والتكنولوجية. كما كشفت النتائج عن وجود علاقة تكاملية واضحة بين التحول الرقمي والحوكمة والاستدامة داخل المؤسسات الإعلامية.

وفي المقابل، بيّنت الدراسة أن توظيف الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي يواجه تحديات متعددة، من أبرزها القضايا الأخلاقية، وحماية الخصوصية، وضعف الأطر التشريعية، ونقص الكفاءات المتخصصة. وخلصت الدراسة إلى ضرورة تبني رؤية استراتيجية شاملة تقوم على التكامل بين الابتكار التكنولوجي والحوكمة الرشيدة والتنمية المستدامة، بما يضمن نجاح التحول الرقمي في المؤسسات الإعلامية.

الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي؛ الذكاء الاصطناعي؛ المؤسسات الإعلامية؛ الحوكمة المؤسسية؛ الاستدامة الإعلامية؛ الإعلام الرقمي؛ إدارة المؤسسات الإعلامية.

Abstract:

This study aims to analyze the impact of artificial intelligence–based digital transformation on enhancing institutional governance and achieving sustainability in media organizations, in light of the rapid technological changes affecting the contemporary media sector. The study adopts a descriptive-analytical approach by reviewing and analyzing relevant literature and previous studies on digital transformation, artificial intelligence, governance, and sustainability. The study highlights the role of artificial intelligence in improving media production processes, enhancing content quality, optimizing resource management, and supporting data-driven decision-making. It also examines the contribution of intelligent technologies to strengthening transparency, accountability, and control mechanisms within media institutions, thereby increasing credibility and public trust. The findings indicate that AI-driven digital transformation represents a fundamental pillar for improving institutional performance and achieving economic, social, and professional sustainability by reducing operational costs, diversifying revenue sources, and enhancing the efficiency of human and technological resources. The results also reveal a strong integrative relationship between digital transformation, governance, and sustainability in media organizations. However, the study identifies several challenges associated with the adoption of artificial intelligence in the media field, including ethical issues, privacy protection, weak regulatory frameworks, and a shortage of specialized competencies. The study concludes that adopting a comprehensive strategic vision that integrates technological innovation, good governance, and sustainable development is essential to ensure successful digital transformation in media institutions.

Keywords: Digital Transformation; Artificial Intelligence; Media Organizations; Institutional Governance; Media Sustainability; Digital Media; Media Management.

المقدمة:

أصبح التحول الرقمي أحد أبرز سمات العصر الحديث، حيث فرضت الثورة التكنولوجية واقعًا جديدًا على مختلف القطاعات، وفي مقدمتها قطاع الإعلام، الذي انتقل من الأطر التقليدية إلى بيئات رقمية تعتمد على تقنيات متقدمة في الإنتاج والتوزيع والتفاعل مع الجمهور. وقد أشار عبد الحميد (2007) إلى أن الإعلام الرقمي لم يعد مجرد تطوير تقني، بل يمثل تحولًا بنويًا في فلسفة العمل الإعلامي وأدواته، بما يفرض أنماطًا جديدة من الإدارة والتنظيم المؤسسي (عبد الحميد، 2007، ص 23).

ويرتبط التحول الرقمي في الإعلام بتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل متكامل داخل المؤسسات الإعلامية، بما يساهم في رفع الكفاءة التشغيلية وتحسين جودة المحتوى. ويؤكد الدببسي، عبد الكريم (2023) أن التحول الرقمي يعكس قدرة المؤسسات على التكيف مع المتغيرات البيئية والتكنولوجية، ويُعد مؤشرًا رئيسيًا على تطور الأداء المؤسسي واستدامته في ظل المنافسة الرقمية المتزايدة (الدببسي، عبد الكريم، 2023، ص 41).

ومع تسارع التحول الرقمي، برز الذكاء الاصطناعي كأحد أهم المحركات الأساسية لتطوير الإعلام المعاصر، لما يوفره من أدوات تحليل ومعالجة ذكية للبيانات والمحتوى. ويشير Pavlik (2013) إلى أن الذكاء الاصطناعي أسهم في إعادة تشكيل صناعة الإعلام من خلال الأتمتة، وتحليل سلوك الجمهور، وإنتاج محتوى أكثر تخصيصًا، بما عزز من فاعلية المؤسسات الإعلامية الرقمية. (Pavlik, 2013, p. 67)

وقد ساعدت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين عمليات اتخاذ القرار داخل المؤسسات الإعلامية، اعتمادًا على تحليل البيانات الضخمة والتنبؤ بالاتجاهات المستقبلية. ويرى McQuail (2010) أن التحول الرقمي المدعوم بالذكاء الاصطناعي أدى إلى تغيير عميق في العلاقة بين الإعلام والجمهور، حيث أصبح الجمهور عنصرًا فاعلًا في المنظومة الإعلامية وليس مجرد متلقٍ سلبي. (McQuail, 2010, p. 98)

وفي سياق متصل، تبرز الحوكمة الإعلامية كأحد المتطلبات الأساسية لضمان نزاهة العمل الإعلامي في البيئة الرقمية. ويؤكد علي (2020) أن الحوكمة في المؤسسات الإعلامية تهدف إلى تحقيق الشفافية والمساءلة وضبط الأداء، خاصة في ظل التحديات المرتبطة بتدفق المعلومات وانتشار الأخبار المضللة (علي، 2020، ص 55).

ويساهم الذكاء الاصطناعي في تعزيز الحوكمة الإعلامية من خلال توفير أدوات ذكية للرقابة والتحقق من المحتوى وتحليل مصادر الأخبار. وقد أوضح Floridi et al. (2018) أن استخدام الذكاء الاصطناعي في الحوكمة يساعد على تقليل التحيز البشري، ودعم النزاهة المؤسسية، وتعزيز الثقة بين وسائل الإعلام والجمهور (Floridi et al., 2018, p. 112).

ولا يقتصر دور الذكاء الاصطناعي على تعزيز الحوكمة فقط، بل يمتد ليشمل تحقيق الاستدامة المؤسسية للمؤسسات الإعلامية. حيث يشير Elmassah (2021) إلى أن التحول الرقمي المدعوم بالذكاء الاصطناعي يساهم في خفض التكاليف التشغيلية، وتنويع مصادر الدخل، وضمان الاستمرارية المالية للمؤسسات الإعلامية في بيئة تنافسية متغيرة. (Elmassah, 2021, p. 76)

كما تلعب الاستدامة الإعلامية دورًا محوريًا في ضمان بقاء المؤسسات الإعلامية وقدرتها على أداء رسالتها المجتمعية. ويرى مصطفى، هويدا (2019) أن الاستدامة في الإعلام لا تقتصر على الجانب الاقتصادي فقط، بل تشمل

الأبعاد الاجتماعية والبيئية، وهو ما يتوافق مع توجهات التحول الرقمي وتقنيات الذكاء الاصطناعي (مصطفى، هويدا، 2019، ص 89).

ورغم الفوائد المتعددة للذكاء الاصطناعي في الإعلام، إلا أن تطبيقه يواجه عدداً من التحديات، من أبرزها القضايا الأخلاقية، وحماية الخصوصية، وغياب التشريعات المنظمة. وقد أشار (UNESCO 2021) إلى ضرورة وضع أطر تنظيمية وأخلاقية واضحة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام، بما يضمن تحقيق التوازن بين التطور التكنولوجي والمسؤولية المجتمعية. (UNESCO, 2021, p. 34)

وفي ضوء ما سبق، تتضح أهمية دراسة دور الذكاء الاصطناعي في دعم التحول الرقمي داخل المؤسسات الإعلامية، وتعزيز الحوكمة وتحقيق الاستدامة المؤسسية. حيث يمثل هذا الدور أحد المحاور الأساسية لمستقبل الإعلام الرقمي، ويستدعي مزيداً من البحث العلمي لفهم آلياته وتحدياته وتطبيقاته العملية في السياق العربي والدولي.

الجزء الرئيسي:

أولاً: الإطار النظري (Theoretical Framework)

1-التحول الرقمي في المؤسسات الإعلامية:

يُعد التحول الرقمي أحد المفاهيم الأساسية في تطوير المؤسسات الإعلامية المعاصرة، حيث يشير إلى عملية شاملة تهدف إلى إعادة تصميم النظم الإدارية والإنتاجية والخدمية اعتماداً على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. ويؤكد عبد الحميد أن التحول الرقمي في الإعلام لا يقتصر على استخدام الأدوات التكنولوجية الحديثة، بل يمتد ليشمل تغييراً جذرياً في فلسفة العمل الإعلامي وأنماط الإنتاج والتوزيع والتفاعل مع الجمهور، بما يحقق الكفاءة والجودة والاستجابة السريعة لمتطلبات البيئة الرقمية (عبد الحميد، 2007، ص 21-23).

كما يشير حسين إلى أن التحول الرقمي يمثل مدخلاً استراتيجياً لتطوير المؤسسات، حيث يساهم في تحسين الأداء المؤسسي، ورفع كفاءة العمليات، وتعزيز القدرة التنافسية، خاصة في القطاعات كثيفة المعرفة مثل الإعلام. ويؤكد أن المؤسسات الإعلامية التي تتبنى التحول الرقمي تصبح أكثر قدرة على التكيف مع المتغيرات التكنولوجية والسوقية مقارنة بالمؤسسات التقليدية (حسين، 2018، ص 39-41).

يُعرّف التحول الرقمي Digital Transformation في الأدبيات العلمية على أنه عملية تنظيمية شاملة تهدف إلى إحداث تغييرات جوهرية في نماذج العمل والهياكل والعمليات المؤسسية من خلال دمج التقنيات الرقمية المتقدمة. ويؤكد (Vial 2019) أن التحول الرقمي لا يقتصر على تبني التكنولوجيا، بل يمثل إعادة تشكيل عميقة لكيفية خلق القيمة المؤسسية اعتماداً على الحوسبة والاتصال وتحليل البيانات، وهو ما يجعله عاملاً استراتيجياً في تطوير المؤسسات المعاصرة. (Vial, 2019, p. 121)

2-الذكاء الاصطناعي كركيزة للتحول الرقمي في الإعلام:

يُعد الذكاء الاصطناعي أحد المحركات الرئيسة للتحول الرقمي في المؤسسات الإعلامية، لما يوفره من إمكانيات تحليلية متقدمة تعتمد على معالجة البيانات الضخمة والتعلم الآلي. ويرى Pavlik أن الذكاء الاصطناعي أسهم في

إحداث تحول نوعي في صناعة الإعلام من خلال أتمتة إنتاج المحتوى، وتحليل اتجاهات الجمهور، وتخصيص الرسائل الإعلامية، مما عزز من كفاءة المؤسسات الإعلامية الرقمية وقدرتها على المنافسة. (Pavlik, 2013, p. 65–68) وفي السياق نفسه، يؤكد McQuail أن دمج الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي أدى إلى إعادة تشكيل العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، حيث أصبح الجمهور جزءاً فاعلاً في المنظومة الإعلامية من خلال التفاعل والتحليل والتخصيص، وهو ما يعكس تحولاً جوهرياً في بنية النظام الإعلامي المعاصر (McQuail, 2010, p. 96–99).

وقد أشار Dwivedi et al. (2021) إلى أن الذكاء الاصطناعي أصبح عنصرًا محوريًا في التحول المؤسسي، لما له من قدرة على تحسين الكفاءة التشغيلية، وتقليل التحيز البشري، وتعزيز جودة المخرجات التنظيمية، خاصة في القطاعات كثيفة المعرفة مثل الإعلام. (Dwivedi et al., 2021, p. 7) أحدث التحول الرقمي المدعوم بالذكاء الاصطناعي تغييرًا جذريًا في طبيعة العمل الإعلامي، حيث انتقلت المؤسسات الإعلامية من الإنتاج التقليدي إلى أنماط رقمية تعتمد على الأتمتة والتحليل الذكي للمحتوى والجمهور. ويوضح Diakopoulos (2019) أن استخدام الخوارزميات والذكاء الاصطناعي في الإعلام أسهم في إعادة تشكيل عمليات إنتاج الأخبار وتوزيعها، بما عزز سرعة الأداء ودقته، لكنه في الوقت نفسه فرض تحديات تنظيمية وأخلاقية جديدة. (Diakopoulos, 2019, p. 45).

3- الحوكمة المؤسسية في المؤسسات الإعلامية

تشير الحوكمة المؤسسية إلى مجموعة من القواعد والآليات التي تضمن حسن إدارة المؤسسات، وتحقيق الشفافية والمساءلة، وحماية حقوق أصحاب المصلحة. وفي المؤسسات الإعلامية، تكتسب الحوكمة أهمية متزايدة في ظل التحول الرقمي وتدفق المعلومات. ويوضح على أن الحوكمة الإعلامية تهدف إلى ضبط الأداء المهني، ومنع الانحرافات، وتعزيز المصداقية، خاصة في البيئات الرقمية التي تشهد انتشار الأخبار الزائفة والتلاعب بالمحتوى (علي، 2020، ص 53–56).

كما يرى (Floridi) وزملاؤه أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يلعب دورًا محوريًا في تعزيز الحوكمة من خلال دعم نظم الرقابة الذكية، وتحليل المحتوى، وتتبع مصادر الأخبار، وتقليل التحيز البشري في اتخاذ القرارات الإعلامية، بما يعزز النزاهة والثقة المؤسسية. (Floridi et al., 2018, p. 110–113) تشير الحوكمة المؤسسية إلى الإطار الذي تُدار من خلاله المؤسسات بما يضمن الشفافية والمساءلة وحماية حقوق أصحاب المصلحة. وفي السياق الرقمي، يؤكد (Torfin et al. 2020) أن التحول الرقمي يفرض أنماطًا جديدة من الحوكمة تعتمد على البيانات، والرقابة الذكية، والتكامل بين التكنولوجيا وصنع القرار المؤسسي (Torfin et al., 2020, p. 650).

4- الاستدامة المؤسسية في المؤسسات الإعلامية

تُعد الاستدامة المؤسسية أحد الأهداف الاستراتيجية للمؤسسات الإعلامية في العصر الرقمي، حيث تهدف إلى تحقيق التوازن بين الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية. وتشير مصطفى، هويدا 2019م إلى أن الاستدامة الإعلامية لا تقتصر على الاستمرارية المالية، بل تشمل الحفاظ على الدور المجتمعي للإعلام، وضمان جودة المحتوى، وترشيد استخدام الموارد (مصطفى، هويدا، 2019، ص 87-90).

وفي هذا الإطار، يوضح Elmassah أن التحول الرقمي القائم على الذكاء الاصطناعي يساهم في تحقيق الاستدامة من خلال خفض التكاليف التشغيلية، وتحسين كفاءة الموارد البشرية، وتطوير نماذج أعمال رقمية مبتكرة تضمن استمرارية المؤسسات الإعلامية في بيئة تنافسية متغيرة (Elmassah, 2021, p. 74-77)، وأظهرت الدراسات أن اعتماد المؤسسات على التقنيات الحديثة يساهم في تحسين كفاءة الموارد وتطوير الأداء الإداري والإنتاجي، بما يعزز الاستدامة المؤسسية على المدى الطويل (بال، وسالم، 2023، 33).

تُعد الاستدامة المؤسسية مفهوماً متعدد الأبعاد يشمل الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية. وهذا ما يؤكد عليه Elkington (1997) من خلال نموذج Triple Bottom Line أن استدامة المؤسسات تعتمد على تحقيق التوازن بين الأداء المالي، والمسؤولية الاجتماعية، والكفاءة البيئية، وهو ما يُعد أساساً نظرياً لدراسة الاستدامة في القطاعات الإعلامية. (Elkington, 1997, p. 75).

5- العلاقة بين التحول الرقمي والحوكمة والاستدامة في المؤسسات الإعلامية

تشير الأدبيات الحديثة إلى وجود علاقة تكاملية بين التحول الرقمي القائم على الذكاء الاصطناعي وتعزيز الحوكمة وتحقيق الاستدامة في المؤسسات الإعلامية. حيث يؤكد Westerman وزملاؤه أن المؤسسات التي تنجح في دمج التقنيات الرقمية ضمن استراتيجياتها المؤسسية تكون أكثر قدرة على تحسين الحوكمة، وتعزيز الشفافية، وتحقيق قيمة مستدامة على المدى الطويل. (Westerman et al., 2014, p. 7-9).

كما تؤكد تقارير UNESCO على أن الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي في الإعلام يساهم في دعم الاستدامة المؤسسية، شريطة وجود أطر تنظيمية وأخلاقية واضحة تضمن التوازن بين الابتكار التكنولوجي والمسؤولية المجتمعية. (UNESCO, 2021, p. 32-35).

يساهم الذكاء الاصطناعي في دعم الحوكمة المؤسسية من خلال تعزيز الشفافية وتقليل الفساد وتحسين نظم المساءلة. وقد أوضح (Wirtz et al., 2019) أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يُستخدم كأداة حوكمة ذكية عبر تحليل الأداء المؤسسي، والكشف المبكر عن الانحرافات، ودعم الامتثال التنظيمي. (Wirtz et al., 2019, p. 600).

فقد خلص (Feroz et al., 2021) إلى أن الذكاء الاصطناعي يساهم في تحسين كفاءة الموارد، وخفض التكاليف التشغيلية، ودعم القرارات المستدامة، مما يعزز استمرارية المؤسسات في المدى الطويل (Feroz et al., 2021, p. 3). حيث يرى (Guandalini, 2022) أن المؤسسات التي تنجح في دمج التحول الرقمي ضمن استراتيجياتها المؤسسية تحقق مستويات أعلى من الحوكمة الرشيدة والاستدامة التنظيمية، خاصة في الصناعات المعرفية مثل الإعلام (Guandalini, 2022, p. 459).

الاستنتاجات:

- في ضوء الإطار النظري والدراسات العلمية السابقة التي تناولت التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي والحوكمة والاستدامة، يمكن استخلاص الاستنتاجات الآتية:
1. أن التحول الرقمي القائم على الذكاء الاصطناعي يمثل مدخلاً استراتيجياً أساسياً لتطوير المؤسسات الإعلامية، حيث يسهم في إحداث تغييرات جوهرية في الهياكل التنظيمية ونماذج العمل وأساليب إنتاج المحتوى الإعلامي.
 2. أثبتت الأدبيات العلمية أن الذكاء الاصطناعي يعد المحرك الرئيس للتحول الرقمي داخل المؤسسات الإعلامية، لما يوفره من أدوات تحليل البيانات الضخمة، وأتمتة العمليات، ودعم اتخاذ القرار القائم على البيانات.
 3. يسهم التحول الرقمي المدعوم بالذكاء الاصطناعي في تعزيز مبادئ الحوكمة المؤسسية داخل المؤسسات الإعلامية، وبخاصة الشفافية، والمساءلة، والرقابة، والنزاهة المهنية.
 4. أظهرت الدراسات أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يساعد في تقليل التحيز البشري في معالجة المحتوى الإعلامي، وتحسين آليات التحقق من الأخبار، مما يعزز مصداقية المؤسسات الإعلامية وثقة الجمهور بها.
 5. يُعد الذكاء الاصطناعي أداة فعالة في تحقيق الاستدامة المؤسسية للمؤسسات الإعلامية من خلال خفض التكاليف التشغيلية، وتحسين كفاءة استخدام الموارد البشرية والتكنولوجية.
 6. يسهم التحول الرقمي في دعم الاستمرارية المالية للمؤسسات الإعلامية عبر تطوير نماذج أعمال رقمية مبتكرة تعتمد على المنصات الرقمية وتحليل سلوك الجمهور.
 7. أوضحت الأدبيات أن الاستدامة الإعلامية لا تقتصر على البعد الاقتصادي فقط، بل تشمل الأبعاد الاجتماعية والمهنية، مثل الحفاظ على الدور التنويري للإعلام وجودة المحتوى والمسؤولية المجتمعية.
 8. تواجه المؤسسات الإعلامية تحديات متعددة عند تطبيق الذكاء الاصطناعي، من أبرزها القضايا الأخلاقية، وحماية الخصوصية، وضعف التشريعات المنظمة، ونقص الكوادر المؤهلة.
 9. أكدت الدراسات وجود علاقة تكاملية بين التحول الرقمي والحوكمة والاستدامة، حيث يؤدي تعزيز أحد هذه الأبعاد إلى دعم الأبعاد الأخرى داخل المؤسسات الإعلامية.
 10. يتضح أن نجاح التحول الرقمي القائم على الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية يتطلب رؤية استراتيجية شاملة تجمع بين التكنولوجيا، والحوكمة، والتنمية المستدامة.

توصيات البحث:

يوصي الباحث بما يلي:

- 1- تشجيع تبني المؤسسات الإعلامية استراتيجيات واضحة للتحول الرقمي تعتمد على دمج الذكاء الاصطناعي في مختلف العمليات الإعلامية والإدارية.
- 2- العمل على تطوير البنية التحتية الرقمية داخل المؤسسات الإعلامية بما يتيح الاستخدام الفعال لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.
- 3- إعداد أطر تشريعية وتنظيمية واضحة تحكم استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام، بما يضمن الالتزام بالمعايير الأخلاقية وحماية الخصوصية.
- 4- تعزيز حوكمة المؤسسات الإعلامية الرقمية من خلال تبني نظم رقابة ذكية قائمة على تحليل البيانات والذكاء الاصطناعي.
- 5- الاهتمام بتأهيل وتنمية الموارد البشرية الإعلامية عبر برامج تدريبية متخصصة في التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي.
- 6- تشجيع المؤسسات الإعلامية على توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار ومكافحة المعلومات المضللة، بما يعزز الثقة المجتمعية في الإعلام.
- 7- دعم الابتكار في نماذج الأعمال الإعلامية الرقمية لتحقيق الاستدامة المالية والمؤسسية على المدى الطويل.
- 8- ضرورة مراعاة الأبعاد الاجتماعية والمهنية للاستدامة الإعلامية عند تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي، وعدم الاقتصاد على الجوانب الاقتصادية فقط.
- 9- تعزيز التعاون بين المؤسسات الإعلامية والجامعات ومراكز البحث العلمي لإنتاج دراسات تطبيقية حول استخدامات الذكاء الاصطناعي في الإعلام.
- 10- إجراء مزيد من الدراسات المستقبلية التي تتناول الأثر التطبيقي للذكاء الاصطناعي على الأداء الإعلامي، والحوكمة الرقمية، والاستدامة في السياق العربي.

خاتمة:

يتضح من هذا البحث أن التحول الرقمي المدعوم بالذكاء الاصطناعي أصبح ركيزة استراتيجية لتطوير المؤسسات الإعلامية، إذ يعزز الكفاءة التشغيلية، ويعيد تصميم أساليب إنتاج المحتوى، ويقوي التفاعل مع الجمهور. كما يساهم الذكاء الاصطناعي في دعم الحوكمة المؤسسية من خلال تعزيز الشفافية، والمساءلة، وتقليل التحيز البشري، مما يزيد من مصداقية الإعلام وثقة الجمهور.

كما أظهرت الدراسة أن الاستدامة المؤسسية ترتبط بشكل وثيق بالتحول الرقمي، حيث توفر الأدوات الرقمية فرصاً لتحسين استخدام الموارد، وخفض التكاليف، وتطوير نماذج أعمال مبتكرة تضمن استمرار المؤسسات الإعلامية في بيئة تنافسية. ومع ذلك، يظل التطبيق الفعال للذكاء الاصطناعي يواجه تحديات أخلاقية وتنظيمية وتقنية، ما يستدعي وضع أطر واضحة، وتنمية القدرات البشرية المؤهلة لإدارة التحول الرقمي بشكل مستدام.

المراجع:

- 1- الدبيسي، عبد الكريم. (2023)، الاعلام الرقمي وتحديات الذكاء الاصطناعي، دار المسيرة، عمان.
- 2- عبد الحميد، محمد. (2007)، الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت. القاهرة: عالم الكتب.
- 3- مصطفى، هويدا. (2019)، الإعلام والتنمية المستدامة، نحو علاقة تفاعلية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- 4- قوي، بوحنية. (2024)، الحوكمة الاعلامية ورهانات الجودة في ظل الثورة المعلوماتية، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- 5- بلال، بن التومي، سالم، العياشي. (2023). دور الممارسة الرياضية في تنمية السلوك الاجتماعي لدى تلاميذ الصف الخامس ابتدائي-دراسة ميدانية على مستوى بعض المؤسسات التربوية ولاية المسيلة، مجلة الأوراس لعلوم الرياضة، جامعة باتنة2، الجزائر، 1(2)، 22-34.
- 6- Diakopoulos, N. (2019). Automating the news: How algorithms are rewriting the media. *Digital Journalism*, 7(2), 1–18. <https://doi.org/10.1177/2053951719849431>
- 7- Dwivedi, Y. K., et al. (2021). Artificial Intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges. *International Journal of Information Management*, 57, 102086. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102086>
- 8- Elkington, J. (1997). The triple bottom line. *Environmental Quality Management*, 8(1), 37–51. <https://doi.org/10.1002/tqem.3310080106>
- 9- Feroz, A. K., Zo, H., & Chiravuri, A. (2021). Digital transformation and environmental sustainability. *Sustainability*, 13(3), 1530. <https://doi.org/10.3390/su13031530>
- 10- Floridi, L., Cows, J., Beltrametti, M., et al. (2018). AI4People—An ethical framework for a good AI society. *Minds and Machines*, 28(4), 689–707.
- 11- Guandalini, I. (2022). Sustainability through digital transformation. *Journal of Business Research*, 148, 456–471. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.05.003>
- 12- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th Ed). London: Sage Publications.
- 13- Pavlik, J. V. (2013). *Media in the Digital Age*. New York: Columbia University Press.
- 14- Torfing, J., et al. (2020). Interactive governance. *Public Management Review*, 22(5), 629–655. <https://doi.org/10.1080/14719037.2019.1648472>
- 15- UNESCO. (2021). *Ethics of Artificial Intelligence*. Paris: UNESCO Publishing.
- 16- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation. *Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
- 17- Wirtz, B. W., Weyerer, J. C., & Geyer, C. (2019). Artificial intelligence and the public sector. *Government Information Quarterly*, 36(4), <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.01.002>.