SIBAWAYH
Arabic Language and Education
eISSN 2716-5515

إطار استراتيجي للتواصل المؤسسي في عصر الذكاء الاصطناعي والتحول الرقمي

A STRATEGIC FRAMEWORK FOR CORPORATE COMMUNICATION IN THE AGE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND DIGITAL TRANSFORMATION

Mohd Akashah Mohamad Yusof[1]*, Nasirah Ismail[1], Farina Nozakiah Tazijan[1], Fazlin Mohd Ramli[1], Zulkifli Othman[2], Azreen Turaz Radzik Aznan[2] & Shihamul Fikri Abd Rahman[2]

[1] Akademi Pengajian Bahasa, UiTM Shah Alam, 40450 Shah Alam, Selangor, Malaysia.
[2] Level 21, Wisma FGV, Jalan Raja Laut, 50350 Kuala Lumpur, Malaysia.

***Corresponding author email:** *akashah@uitm.edu.my*

ARTICLE HISTORY
Received: 10th Marcht 2026
Revised: 02nd June 2026
Accepted: 21st June 2026
Published: 30th June 2026

الكلمات المفتاحية
إطار استراتيجي;
التواصل المؤسسي;
عصر الذكاء الاصطناعي;
التحول الرقمي

KEYWORDS
Strategic Framework;
Institutional Communication;
Era of Artificial Intelligence;
Digital Transformation

الملخص – يشهد التواصل المؤسسي تطورًا متسارعًا نتيجة انتشار تقنيات الذكاء الاصطناعي والتحول الرقمي، مما أدى إلى تغيير أساليب الاتصال داخل المؤسسات وظهور تحديات جديدة تتعلق بالحوكمة والأخلاقيات والتفاعل الإنساني. هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف عناصر استراتيجيات التواصل المؤسسي في عصر الذكاء الاصطناعي والتحول الرقمي، وتصميم إطار استراتيجي يناسب بيئات العمل الرقمية. واعتمدت الدراسة المنهج النوعي باستخدام المراجعة المنهجية للأدبيات (SLR) وفق نموذج PRISMA، حيث تم تحليل (29) دراسة مختارة من أصل (58) دراسة منشورة خلال الفترة (2020–2026) باستخدام تحليل المحتوى. وأظهرت النتائج أن الإطار المقترح يقوم على الحوكمة الاستراتيجية، ويرتكز على ثلاثة محاور رئيسة، هي: دمج الذكاء الاصطناعي، وإدارة التنوع اللغوي، والبعد الاجتماعي والأخلاقي. ويسهم هذا الإطار في تحسين فعالية التواصل المؤسسي، وتعزيز مشاركة الموظفين، وتحقيق التوازن بين استخدام التقنيات الحديثة والحفاظ على البعد الإنساني في التواصل. وتوصي الدراسة بتبني المؤسسات أطرًا واضحة لحوكمة الذكاء الاصطناعي، وتعزيز الممارسات الأخلاقية، وتنمية المهارات الرقمية للعاملين، مع إجراء دراسات ميدانية مستقبلية لاختبار فاعلية الإطار المقترح.

ABSTRACT - *Institutional communication is experiencing rapid development as a result of the widespread adoption of artificial intelligence technologies and digital transformation, leading to changes in communication practices within organizations and the emergence of new challenges related to governance, ethics, and human interaction. This study aimed to explore the components of institutional communication strategies in the era of artificial intelligence and digital transformation, and to design a strategic framework suitable for digital work environments. The study adopted a qualitative approach using a Systematic Literature Review (SLR) based on the PRISMA model, in*

https://doi.org/10.37134/sibawayh.vol7.1.5.2026
© Year The Author(s). Published by Pejabat Karang Mengarang (UPSI Press).
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license

which 29 selected studies out of 58 published between 2020 and 2026 were analyzed using content analysis. The findings revealed that the proposed framework is based on strategic governance and is built upon three main pillars: the integration of artificial intelligence, the management of linguistic diversity, and the social and ethical dimension. This framework contributes to improving the effectiveness of institutional communication, enhancing employee engagement, and achieving a balance between the use of modern technologies and the preservation of the human dimension in communication. The study recommends that institutions adopt clear frameworks for artificial intelligence governance, strengthen ethical practices, develop employees' digital competencies, and conduct future empirical studies to examine the effectiveness of the proposed framework.

المقدمة

يشهد عالم الأعمال المعاصر تحولات عميقة وسريعة نتيجة التوسع في تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي والتحول الرقمي، الأمر الذي أدى إلى إعادة تشكيل جذري لآليات التواصل المؤسسي داخل المنظمات الحديثة. ويُعد التواصل المؤسسي اليوم أحد الركائز الاستراتيجية الأساسية التي لا تقتصر على تبادل المعلومات فقط، بل تمتد لتشمل بناء الثقة التنظيمية، وتعزيز التنسيق بين الوحدات، ودعم عمليات اتخاذ القرار في بيئات العمل المعقدة. وفي ظل بيئات العمل الرقمية، تطورت أنماط التواصل المؤسسي من الأساليب التقليدية المعتمدة على اللقاءات المباشرة والمذكرات الرسمية إلى أنظمة رقمية متقدمة تشمل البريد الإلكتروني، ومنصات التعاون السحابي، وتقنيات الاجتماعات الافتراضية، مما أسهم في تسريع تدفق المعلومات وتحسين كفاءة الاتصال بين الفرق الموزعة جغرافيًا .

ومع التوسع المتسارع في دمج الذكاء الاصطناعي داخل العمليات التنظيمية، ظهرت أنماط جديدة من التواصل تُعرف بـ "التواصل المدعوم بالذكاء الاصطناعي"، حيث تشارك الأنظمة الذكية في إنتاج الرسائل، وتحليل البيانات، ودعم عمليات اتخاذ القرار الاتصالي ويُعد هذا التحول جزءًا من تطور أوسع نحو ما يُعرف بالمنظمات الذكية، حيث يصبح الذكاء الاصطناعي عنصرًا مدمجًا في البنية الاتصالية والتنظيمية للمؤسسة. وعلى الرغم من الفوائد الكبيرة التي يوفرها الذكاء الاصطناعي في تحسين الإنتاجية وتسريع العمليات الاتصالية، إلا أنه يطرح في الوقت ذاته تحديات جوهرية، من أبرزها إعادة تعريف أدوار العاملين في مجال الاتصال، وتغيير طبيعة التفاعل الإنساني داخل المؤسسات، بالإضافة إلى الحاجة إلى تطوير مهارات جديدة تتناسب مع

https://doi.org/10.37134/sibawayh.vol7.1.5.2026
© Year The Author(s). Published by Pejabat Karang Mengarang (UPSI Press).
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license

بيئة العمل الرقمية. كما تشير الأدبيات الحديثة إلى أن التحول الرقمي لا يمثل مجرد تحديث تقني، بل هو تحول استراتيجي شامل يؤثر على الثقافة التنظيمية ونماذج العمل وأساليب القيادة .

وفي هذا السياق، يبرز الدور المتنامي للذكاء الاصطناعي في إعادة تشكيل اللغة المؤسسية وأنماط الخطاب التنظيمي، حيث أصبحت بعض المؤسسات تعتمد على أدوات الذكاء الاصطناعي في صياغة الرسائل الرسمية والاتصالات الخارجية، مما يثير تساؤلات حول الأصالة، والشفافية، والموثوقية في التواصل المؤسسي (Vyas, 2026). وبالتالي، أصبح من الضروري تطوير أطر استراتيجية للتواصل المؤسسي توازن بين الكفاءة الرقمية والبعد الإنساني لضمان استدامة العلاقات التنظيمية.

تواجه المؤسسات في البيئة الرقمية الحديثة تحديات متزايدة في تحقيق التواصل المؤسسي الفعّال نتيجة التحولات السريعة في التكنولوجيا وتغير أنماط الاتصال داخل بيئات العمل. وتشير الدراسات السابقة إلى أن العديد من المؤسسات تعاني من صعوبات في مواءمة استراتيجيات التواصل مع متطلبات التحول الرقمي، حيث أظهرت دراسة (Deloitte, 2023) أن 60٪ من المؤسسات تواجه تحديات في تحقيق التوافق بين استراتيجيات التواصل والتحول الرقمي. كما أوضحت دراسة (McKinsey, 2022) أن المؤسسات التي تفشل في تطوير قنوات تواصل رقمية فعّالة قد تواجه انخفاضًا في الإنتاجية بنسبة تتراوح بين 20-25٪ ، مما يؤكد أهمية وجود إطار استراتيجي واضح لإدارة التواصل المؤسسي في البيئة الرقمية.

بالإضافة إلى ذلك، أدى الاستخدام غير المنظم للتقنيات الرقمية والذكاء الاصطناعي في عمليات التواصل الداخلي إلى ظهور عدة إشكاليات تؤثر في جودة الاتصال والثقة المؤسسية. فقد أشارت دراسة (PricewaterhouseCoopers, 2021) إلى أن ضعف التواصل الداخلي في البيئات الرقمية قد يؤدي إلى انخفاض الثقة داخل المؤسسة، نتيجة مشكلات مثل تحرير الرسائل، غياب الشفافية، ووجود فجوة في إدارة التنوع اللغوي والثقافي بين الموظفين. لذلك، تبرز الحاجة إلى تصميم إطار استراتيجي للتواصل المؤسسي يساهم في تنظيم ممارسات الاتصال الرقمي، وتعزيز الثقة، وتحسين كفاءة التفاعل بين أفراد المؤسسة بما يتوافق مع متطلبات التحول الرقمي.

https://doi.org/10.37134/sibawayh.vol7.1.5.2026
© Year The Author(s). Published by Pejabat Karang Mengarang (UPSI Press).
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license

وانطلاقًا من ذلك، تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير التحول الرقمي على فعالية الاتصال الداخلي وتصميم إطار استراتيجي متكامل للتواصل المؤسسي يتماشى مع متطلبات العصر الرقمي، ويسهم في تعزيز قدرة المؤسسات على التكيف والابتكار والاستدامة في بيئات عمل ديناميكية وسريعة التغير.(Lee et al., 2026)

المنهجية

اعتمدت هذه الدراسة المنهج النوعي من خلال توظيف أسلوب المراجعة المنهجية للدراسات (Systematic Literature Review - SLR) بهدف جمع وتحليل وتفسير الأدبيات العلمية ذات الصلة بموضوع الدراسة (Paul & Criado, 2020). ويُعد هذا المنهج مناسبًا لتقديم فهم شامل للاتجاهات البحثية والنتائج العلمية المتوافرة في المجال، مع ضمان الشفافية والمنهجية في اختيار الدراسات وتحليلها (Snyder, 2019). وقد شملت عملية البحث الدراسات المنشورة في قواعد البيانات الأكاديمية والمصادر العلمية الموثوقة التي تناولت موضوعات الاتصال الرقمي، والذكاء الاصطناعي، والتحول الرقمي.

واستندت الدراسة إلى نموذج بريزما (PRISMA) بوصفه إطارًا منهجيًا لتحديد الدراسات واختيارها (Page et al., 2021). وقد مرت عملية المراجعة بأربع مراحل رئيسة هي: التحديد (Identification)، والفرز (Screening)، والتأهيل (Eligibility)، والإدراج (Inclusion). ففي مرحلة التحديد جُمعت الدراسات ذات الصلة من خلال البحث في قواعد البيانات المختلفة باستخدام كلمات مفتاحية محددة، ثم جرى فرز الدراسات بناءً على العناوين والملخصات لاستبعاد الدراسات غير الملائمة أو المكررة. بعد ذلك تم تقييم النصوص الكاملة للدراسات المتبقية للتحقق من مدى توافقها مع معايير الاختيار والاستبعاد المعتمدة .(Page et al., 2021)

وشملت معايير الاختيار الدراسات المنشورة خلال الفترة من 2020 إلى 2025 ، سواء كانت مقالات محكمة أو غير محكمة أو تقارير ووثائق رسمية، إضافة إلى الدراسات المنشورة باللغتين العربية وغير العربية. في المقابل، استُبعدت الدراسات المنشورة قبل عام2020 ، والدراسات التي لا تركز على الاتصال المؤسسي، وكذلك الدراسات التقنية البحتة التي تفتقر إلى الأبعاد الاجتماعية

https://doi.org/10.37134/sibawayh.vol7.1.5.2026
© Year The Author(s). Published by Pejabat Karang Mengarang (UPSI Press).
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license

أو الاتصالية أو التنظيمية. وأسفرت عملية المراجعة عن اختيار 29 دراسة من 58 دراسات استوفت جميع المعايير المحددة، ثم خضعت هذه الدراسات لتحليل المحتوى بهدف استخراج الموضوعات الرئيسة والأنماط المتكررة والنتائج المهمة التي تسهم في تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها البحثية.

الموثوقية والصحة

لتعزيز موثوقية وصحة المراجعة، اتبعت الدراسة إجراءً منهجيًا وشفافًا للاختيار بناءً على إرشادات (PRISMA). وقد ساهم استخدام معايير إدراج واستبعاد واضحة في تقليل تحيز الاختيار، بينما ضمن تحليل المحتوى تفسيرًا منظمًا للأدبيات المختارة.

النتائج والمناقشة

أسفرت الدراسة عن بناء وتطوير إطار استراتيجي شامل لـ"نظام التواصل المؤسسي" في عصر الذكاء الاصطناعي، والذي يهدف في محصلته النهائية إلى تحقيق فعالية التواصل وتعزيز مشاركة الموظف وتتم مناقشة نتائج هذا النموذج من خلال مكوناته الرئيسية والمحاور الثلاثة التي يرتكز عليها:

أولا: الحوكمة الاستراتيجية (Strategic Governance) أظهرت النتائج أن أي نظام تواصل مؤسسي فعّال في البيئات الرقمية يجب أن يظلل بمظلة "الحوكمة الاستراتيجية". تشير الأدبيات إلى أن الحوكمة الاستراتيجية للذكاء الاصطناعي تُعد عنصرًا أساسيًا لضمان الاستخدام المسؤول للتقنيات الذكية في الاتصال المؤسسي. ورغم الانتشار السريع لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، إلا أن الأطر الحاكمة ما زالت غير موحدة وضعيفة التنفيذ في العديد من المؤسسات (Batool et al., 2023). كما تؤكد الدراسات أن الحوكمة الفعالة يجب أن تشمل الشفافية والمساءلة وتنظيم دورة حياة أنظمة الذكاء الاصطناعي لضمان الاستخدام الآمن والمسؤول (Mäntymäki et al., 2022). ومع ذلك، ما زالت هناك فجوة بين المبادئ النظرية للحوكمة والتطبيق الفعلي داخل المؤسسات، مما يجعل الحوكمة الاستراتيجية عنصرًا حاسمًا لربط التكنولوجيا بالثقة المؤسسية

https://doi.org/10.37134/sibawayh.vol7.1.5.2026
© Year The Author(s). Published by Pejabat Karang Mengarang (UPSI Press).
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license

والاستدامة (Santiago-Torner et al., 2026). وتتطلب هذه الحوكمة لضمان نجاحها الالتزام بخمسة عناصر أساسية:

1. سياسات وأطر تواصل واضحة: لضمان توجيه مسار العمل والتواصل الداخلي.
2. دعم والتزام الإدارة العليا: والذي يُعد محورياً لدفع عجلة التحول الرقمي وتبني التقنيات.
3. تكامل التقنيات والعمليات: لضمان عدم عمل أدوات الذكاء الاصطناعي في جزر معزولة عن بيئة العمل.
4. الامتثال والمعايير وإدارة المخاطر: للتعامل مع التحديات الأمنية والقانونية التي تفرضها الرقمنة.
5. المتابعة والتقييم المستمر: لقياس الأثر وتطوير استراتيجيات التواصل بشكل دوري.

ثانياً: المحاور الأساسية لنظام التواصل المؤسسي يناقش النموذج ثلاثة محاور رئيسية تتفاعل معاً لبناء بيئة تواصل متوازنة:

المحور الأول: البعد التكنولوجي (AI Integration): ساهم الذكاء الاصطناعي في تحويل عمليات التواصل من نمط تقليدي إلى نمط يعتمد على البيانات والأنظمة الذكية. فقد أدت تقنيات مثل معالجة اللغة الطبيعية والذكاء التوليدي إلى تحسين سرعة الاتصال ودقته وتخصيص الرسائل حسب الجمهور المستهدف. كما أصبح الذكاء الاصطناعي فاعلًا في إنتاج الرسائل الاتصالية وتحليلها وليس مجرد أداة مساعدة، مما أدى إلى ظهور نماذج اتصال هجينة تجمع بين الإنسان والآلة (Phan et al., 2026). ومع ذلك، تشير بعض الدراسات إلى وجود تحديات مثل ضعف الشفافية في خوارزميات الذكاء الاصطناعي وصعوبة الثقة الكاملة في مخرجاته (Patria, 2024). وبالتالي فإن دمج الذكاء الاصطناعي يمثل تحولًا جذريًا في بنية الاتصال المؤسسي (Santiago-Torner et al., 2026). تشير النتائج إلى أن دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي لم يعد خياراً بل ضرورة. ويتجلى ذلك من خلال استخدام روبوتات الدردشة (Chatbots) لتحسين سرعة وكفاءة التواصل الداخلي، واستخدام أدوات تحليل البيانات لفهم سلوك الموظفين وتوجهاتهم، مما يتيح

https://doi.org/10.37134/sibawayh.vol7.1.5.2026
© Year The Author(s). Published by Pejabat Karang Mengarang (UPSI Press).
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license

للإدارة "تخصيص الرسائل (Personalization)" لتلائم احتياجات كل موظف، وبالتالي رفع مستوى التفاعل والاستجابة.

المحور الثاني: إدارة التنوع اللغوي (Linguistic Diversity Management): إن الذكاء الاصطناعي ساعد بشكل كبير في تحسين الاتصال متعدد اللغات داخل المؤسسات العالمية من خلال أدوات الترجمة ومعالجة اللغة الطبيعية. وقد ساهم ذلك في تقليل الحواجز اللغوية وتسهيل التواصل بين الثقافات المختلفة (Yaqin et al., 2026). إنّ الترجمة الآلية قد تؤدي أحيانًا إلى فقدان المعنى الثقافي والدقة السياقية في الرسائل (Yaqin et al., 2026). لذلك فإن إدارة التنوع اللغوي في عصر الذكاء الاصطناعي تجمع بين فرص كبيرة للتواصل العالمي وتحديات تتعلق بالعدالة اللغوية والحفاظ على الخصوصية الثقافية.

المحور الثالث: البعد الاجتماعي والأخلاقي (Socio-Ethical Dimension): وهو المحور الأهم لمعالجة التحديات والمخاطر التي يفرضها الذكاء الاصطناعي. تركز الدراسات الحديثة على أن البعد الأخلاقي يمثل أحد أهم التحديات في استخدام الذكاء الاصطناعي في الاتصال المؤسسي، خاصة فيما يتعلق بالشفافية والعدالة والخصوصية والمساءلة (Khan et al., 2021). كما أن استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي قد يؤدي إلى مخاطر مثل نشر المعلومات المضللة وزيادة الاعتماد المفرط على الأنظمة الذكية (Prianto et al., 2026). وتشير الأدبيات أيضًا إلى وجود فجوة بين السياسات الأخلاقية المعلنة وتطبيقها الفعلي داخل المؤسسات، مما يؤثر على مستوى الثقة لدى أصحاب المصلحة. لذلك فإن نجاح الاتصال المعتمد على الذكاء الاصطناعي يتطلب وجود رقابة بشرية مستمرة وأنظمة حوكمة أخلاقية واضحة .(Bach et al., 2025)

في ضوء ما توصَّلت إليه الدراسات السابقة، تمَّ تطوير إطارٍ استراتيجيٍّ للتواصل المؤسسي في بيئات العمل الرقمية، بالاستناد إلى مجموعةٍ من العناصر الرئيسة التي جرى تنظيمها وتصنيفها ضمن المحاور الآتية:

https://doi.org/10.37134/sibawayh.vol7.1.5.2026
© Year The Author(s). Published by Pejabat Karang Mengarang (UPSI Press).
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license

الرسم البياني 1: نظام التواصل المؤسسي

ومن خلال التفاعل العضوي بين الحوكمة الاستراتيجية كداعم توجيهي، والمحاور الثلاثة (التكنولوجية، واللغوية، والأخلاقية/الاجتماعية)، المؤسسات يمكنها التغلب على عوائق التواصل الرقمي، والوصول إلى الهدف الأسمى المتمثل في تحقيق فعالية التواصل ومشاركة الموظفين. هذا الإطار لا يضمن فقط تبنياً ناجحاً للذكاء الاصطناعي، بل يحمي أيضاً الهيكل الاجتماعي للمؤسسة ويضمن استدامة أعمالها.

الخاتمة

يمثل دمج الذكاء الاصطناعي والأدوات الرقمية في بيئة العمل تحولاً تاريخياً في التواصل المؤسسي. فبينما توفر هذه التقنيات فوائد جمة من حيث الكفاءة التشغيلية وتحليل البيانات والسلامة

https://doi.org/10.37134/sibawayh.vol7.1.5.2026
© Year The Author(s). Published by Pejabat Karang Mengarang (UPSI Press).
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license

المهنية، فإنها تُغير جذرياً الديناميكيات الاجتماعية والتقنية للمؤسسات. ويُشكل تراجع التواصل غير الرسمي، وغموض القرارات الخوارزمية، والحاجة المُلحة إلى التطوير المستمر للمهارات تحديات كبيرة.

ولكي تزدهر المؤسسات في هذا المناخ، عليها أن تتعامل مع التواصل المؤسسي ليس مجرد وظيفة دعم تكتيكية، بل كمنهج إداري استراتيجي. ومن خلال تبني نهج تواصل هجين يُعلي من شأن التفاعل البشري المباشر إلى جانب الكفاءة الرقمية، والاستثمار بكثافة في المهارات الاجتماعية والرقمية للقوى العاملة، وتنمية قيادة مرنة، تستطيع الشركات التغلب على عوائق التواصل الحديثة. وفي نهاية المطاف، ستُسهم المؤسسات التي تُدير بفعالية كيفية تأثير أنظمة الذكاء الاصطناعي على الديناميكيات الاجتماعية في بناء قوة عاملة أكثر إنتاجية وشمولية وتفاعلاً، مما يضمن استدامة ونجاحاً طويل الأمد في عصر الرقمنة.

شكر وتقدير

يتقدم الباحثون بخالص الشكر والتقدير إلى جامعة مارا للتكنولوجيا (UiTM) على ما قدمته من دعم أكاديمي وإداري. كما يعرب الباحثون عن بالغ امتنانهم لكل من أسهم بصورة مباشرة أو غير مباشرة في إنجاح هذا العمل العلمي. ونتوجه بجزيل الشكر والتقدير إلى هيئة تحرير مجلة سيبويه التابعة لجامعة السلطان إدريس التربوية (UPSI)، على تفضلهم بقبول هذا البحث ونشره في مجلتهم الموقرة. ونسأل الله تعالى أن يجعل هذا العمل نافعًا للباحثين والمهتمين، وأن يوفق الجميع لخدمة العلم والبحث العلمي.

إقرار المصالح

تؤكد المؤلفة عدم وجود أي تضارب في المصالح.

توفر البيانات والمواد

البيانات متوفرة عند الطلب من المؤلفين.

https://doi.org/10.37134/sibawayh.vol7.1.5.2026
© Year The Author(s). Published by Pejabat Karang Mengarang (UPSI Press).
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license

الإقرار باستخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي

يقر المؤلفون بأنه لم يتم استخدام أي ذكاء اصطناعي توليدي في كتابة المخطوطة.

البيانات الأخلاقية

غير قابل للتطبيق

المصادر

Batool, A., Zowghi, D., & Bano, M. (2025). AI governance: A systematic literature review. AI and Ethics, 5, 3265–3279.

Buhmann, A., Zerfass, A., Laborde, A., & Moreno, Á. (2026). We're right in the foothills: The adoption of artificial intelligence in corporate communication departments. Corporate Communications: An International Journal. https://doi.org/10.1108/CCIJ-09-2025-0296

Chan, C. K. Y. (2023). A comprehensive AI policy education framework for university teaching and learning. arXiv.

Daly, A., Hagendorff, T., Hui, L., Mann, M., Marda, V., Wagner, B., Wang, W., & Witteborn, S. (2019). Artificial intelligence governance and ethics: Global perspectives. arXiv.

Deloitte. (2023). Measuring value from digital transformation: Metrics that matter. Deloitte Insights.

Khan, A. A., Liang, P., Akbar, M. A., Waseem, M., Niazi, M., & others. (2021). Ethics of AI: A systematic literature review of principles and challenges. arXiv.

Lee, G. Y. C., & Luarn, P. (2026). From letters to LINE to AI: Reframing organizational communication norms in the digital era. https://doi.org/10.1177/23294884261415593

Mäntymäki, M., Minkkinen, M., Birkstedt, T., & Viljanen, M. (2022). AI governance and responsible AI: Organizational perspectives. arXiv.

McKinsey & Company. (2022). The state of digital transformations: How organizations create value from digital change. McKinsey & Company.

PricewaterhouseCoopers. (2021). Global Digital Trust Insights 2021: Rebuilding trust in a digital world. PwC.

Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., et al. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. BMJ, 372:n71.

https://doi.org/10.37134/sibawayh.vol7.1.5.2026
© Year The Author(s). Published by Pejabat Karang Mengarang (UPSI Press).
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license

Paul, J., & Criado, A. R. (2020). The art of writing literature review articles. International Business Review, 29(4), 101717.

Phan, T. A., Nguyen, T. P. Y., & Tran, H. P. (2026). From human communication to human–AI communication: Organizational transformation in the AI era. Journal of Business Communication.

Prianto, C., Komaro, M., & Saripudin. (2026). AI ethics as epistemological governance in generative AI. Language, Technology, and Social Media, 4(2). https://doi.org/10.70211/ltsm.3026-7196.403

Santiago-Torner, C., Corral-Marfil, J. A., & Tarrats-Pons, E. (2026). Artificial intelligence and leadership in organizations: A PRISMA systematic review of governance dynamics. Sustainability, 18(8), 4085.

Schneider, E., Kyriakopoulos, V., Seo, Y., Hong, N., & Lee, M. (2026). Artificial intelligence in crisis communication: Stakeholder perceptions and AI responses. Corporate Reputation Review. https://doi.org/10.1057/s41299-026-00254-9

Soomro, S., Aziz, F., & Soomro, S. (2026). Transformational leadership and AI-driven decision-making: A strategic path to organizational agility. Journal of Creating Value, 12(1), 54–77. https://doi.org/10.1177/23949643261427200

Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. Journal of Business Research, 104, 333–339.

Triantafyllopoulos, L., Paxinou, E., Tzanoulinou, D., Verykios, V. S., & Kalles, D. (2026). The value alignment problem in advisory AI: A systematic literature review. AI and Ethics. https://doi.org/10.1007/s43681-026-01015-4

Vyas, Y. (2026). Artificial intelligence in brand communication: A comprehensive literature review and research outlook. International Journal of Consumer Studies.

Yaqin, L. N., et al. (2026). AI-mediated intercultural communication: A scoping review. Mulawarman Journal of Social Sciences.

Yıldırım Şen, İ. E. (2025). Artificial intelligence and digital transformation in corporate communication: Strategic applications and future directions. Digital Security and Media, 2(1), 1–2. https://izlik.org/JA77MN23EY

Zerfass, A., Verčič, D., & Wiesenberg, M. (2026). Digital communication and the future of corporate communication. Corporate Communications: An International Journal.

Zhang, P., & Wang, Y. (2024). Digital transformation: A systematic review and bibliometric analysis from the corporate finance perspective.

https://doi.org/10.37134/sibawayh.vol7.1.5.2026
© Year The Author(s). Published by Pejabat Karang Mengarang (UPSI Press).
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license