



البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال: بين التداخل والخصوصية

Scientific Research in information and Communication Sciences: Between interdisciplinary and speciality

فاطمة الزهراء تواتي*¹

¹ جامعة الجزائر 3 (الجزائر)، touati.fatima@univ-alger3.dz

تاريخ النشر: 2024/12/12

تاريخ الإستملا: 2024/05/23 تاريخ قبول النشر: 2024/10/14

ملخص:

دار الجدل في سنوات ماضية حول علمية علوم الإعلام والاتصال نظرا لجدة هذا الحقل المعرفي مقارنة بالعلوم الأخرى، إضافة إلى أن البحث العلمي فيه له خصوصيته عن باقي العلوم الإنسانية والاجتماعية، ذلك أن بؤادر ظهوره كعلم جاءت حصيلة تقاطع عدة حقول معرفية أخرى، والمفصل هنا كان بروز وسائل الإعلام وتأثيراتها على الأفراد والمجتمعات. استنادا إلى ذلك، تطرقنا في هذه الورقة البحثية إلى طبيعة البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، وعلمية هذه الأخيرة، باعتبار أن التساؤل حول هذه "العلمية" شكل لسنوات سابقة حاجسا عند الدارسين، ومحاولة فهم طبيعة البحث العلمي التي تتراوح بين التداخل والخصوصية، مشيرين إلى أن هذه السمة لا تنتقص من علمية علوم الإعلام والاتصال، لنتطرق في الأخير إلى الرهانات التي يطرحها توظيف الذكاء الاصطناعي في البحوث الإعلامية.

الكلمات المفتاحية: البحث العلمي؛ علمية علوم الإعلام والاتصال؛ التداخل؛ الخصوصية؛ الذكاء الاصطناعي في البحوث الإعلامية.

Abstract:

In previous years, there has been a debate about the scientificity of information and communication sciences, given the seriousness of this field of knowledge compared to other sciences, as well as the distinctiveness of scientific research in it compared to other humanities and social sciences. The emergence of this field as a science resulted from the intersection of several other fields of knowledge, with the pivotal point being the emergence of media and its effects on individuals and societies. Based on this, we addressed in this research paper the nature of scientific research in information and communication sciences, and scientificity of the latter, considering that the question of this "scientificity" has been a concern for researchers for years, and an attempt to understand the nature of scientific research, which ranges between interdisciplinary and speciality. We also pointed out that this characteristic does not diminish the scientificity of information and communication sciences.

Finally, we discussed the challenges posed by the use of artificial intelligence in media research.

Keywords: Scientific research; scientificity of information and communication sciences; interdisciplinary; speciality; artificial intelligence in media research.

1. مقدمة:

تعتبر علوم الإعلام والاتصال حقلا معرفيا حديث النشأة، ارتبط أساسا بظهور وسائل الإعلام والاتصال، مقارنة بالعلوم الإنسانية والاجتماعية الأخرى التي تشترك كلها في الاهتمام بالظواهر التي يعايشها الإنسان، وإخضاعها للدراسة والتحليل، بغية الارتقاء بالفكر الإنساني.

وقد تبلورت علوم الإعلام والاتصال وتشكلت، نتيجة اجتهادات الدارسين والباحثين الذين ساهموا في إرساء الإرهاصات الأولى لهذا التخصص الجديد، فهو علم تعددت منابعه، فأخذ من التخصصات الأخرى ليثري المواضيع البحثية المتناولة في مجاله.

برزت إلى جانب ذلك، طرق بحثية تتوخى تقصي المعلومة وكيفية الوصول إليها، وكيفية تأثيرها على المتلقي، لينجر عن ذلك ظهور عدة نظريات مفسرة عرفت بنظريات الإعلام. أما الاتصال الذي عرفه الإنسان منذ وجوده، فقد ارتكز على البحوث الاجتماعية واتخذها دليلا منهجيا يستعين به للوصول إلى نتائج علمية مفسرة للعملية الاتصالية المرتبطة بكل المجتمعات الإنسانية، وتفسر ضمن نظريات الاتصال.

وهذا التكامل مثل خاصية مميزة لحقل الإعلام والاتصال، رغم أنه يطرح إشكالا حول تداخل الأساليب المعتمدة في دراسة مواضيع وظواهر الإعلام والاتصال، ويثير أسئلة حول مدى استقلالية كل تخصص يتقاطع معه، سواء من حيث المنهج المتبع أو التقنيات والأدوات البحثية المناسبة، أو المنهج المناسب للدراسة، أو طريقة التحليل والتفسير للمعطيات، وكثير من الأسئلة المثارة هنا، والإشكالات المطروحة، التي يمكن أن تمثل عائقا أمام الباحث تحول دون وصوله إلى نتائج علمية تتسم بالعلمية والمصادقية والاستقلالية.

من هنا، كان لزاما على الباحث في علوم الإعلام والاتصال أن يتمتع بثقافة علمية واسعة بالمناهج والأساليب التي يمكنه استخدامها في أبحاثه، وتمكنه من إثراء البحث العلمي في تخصصه رغم الاختلافات المنهجية الموجودة.

كما يتوجب على المتفرسين والأكفاء في مجال البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال توضيح الإرشادات التي توجه الباحث وتعينه، بدل أن تقيده، ليلج بكل ثقة إلى الجانب التطبيقي للظاهرة الإعلامية والاتصالية، وتعيّنه ليكون في مستوى التحدي الذي يطرحه البحث المتناول وتحقيق أهدافه البحثية.

ولمعالجة ذلك، نطرح السؤال التالي لعل الإجابة عنه تساهم في رفع القلق والإبهام الذي يحيط ببحوث الإعلام والاتصال:

بما يتميز البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، وما هي حدود التحاقل والخصوصية به؟

للإجابة عن هذا السؤال، قسمنا عملنا إلى النقاط الأساسية التالية:

1. طبيعة البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال
2. المشكلات المنهجية في بحوث علوم الإعلام والاتصال
3. أخلاقيات البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال

4. البحوث الإعلامية في عصر الذكاء الاصطناعي

1. طبيعة البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال:

يعتبر اعتماد البحث العلمي في الدراسات الأكاديمية خطوة محسوبة للباحث اتجاه العلم، ويضفي بذلك صبغة الجدية والمصداقية على عمله وعلى النتائج التي سيتوصل إليها، ويحقق من خلالها الأهداف التي سطرها في بداية عمله، لأن خطوات البحث العلمي تمنهج للباحث والدارس خطة واضحة تسهل عليه العمل وفق تسلسل يتسم بالتنظيم الواجب مراعاته في الأعمال البحثية.

وقد أورد المختصون تعريفات كثيرة لمفهوم البحث العلمي، فنجد من يعرفه على أنه: "الأداة الفعالة التي تساعد على معالجة قضية مثارة في المجتمع بطريقة مناسبة علميا، باعتباره عملية التقصي المنظم التي تتبع أساليب ومناهج علمية محددة عن الحقائق العلمية، ليتأكد من صحتها". (بوحوش و محمود الذنبيات، 1995، صفحة 11)

ويعرف أيضا على أنه "ملكة البحث والتقصي وراء التساؤلات التي تثار في ذهن الباحث حول الظواهر على اختلاف أنواعها: اجتماعية، سياسية، اقتصادية، ثقافية، تاريخية وغيرها، باتباع خطوات علمية ذات مصداقية تعرف بالمنهج العلمي". (مصباح، 2005، صفحة 39)

وتشترك جل التعاريف للبحث العلمي في تحديد أهم الخصائص المميزة له والمتمثلة فيما يلي:

- ❖ أنه محاولة منظمة علميا
- ❖ يهدف إلى توسيع معارف الإنسان ومداركه وتزويده بالحقائق التي يجب أن يعرفها
- ❖ التأكد من النتائج المتوصل إليها قبل نشرها أو تعميمها
- ❖ يشمل كل المجالات والمعارف المتراكمة على مدى تاريخ الإنسانية. (الدليبي و عبد القادر، 2008، صفحة 15)

وحظي البحث العلمي اهتماما كبيرا من قبل الرواد الأوائل للعلوم الاجتماعية والإنسانية بدءا من ابن خلدون إلى رواد علم الاجتماع وعلم النفس في المدرسة الفرنسية والألمانية خصوصا، ووضعت أسسه تأثرا بالتقدم الهائل الذي شهدته العلوم الطبيعية وعلوم الأحياء آنذاك، فارتأوا تطبيق مناهج هذه العلوم على الظواهر الاجتماعية لدراستها وتبشريحها، وجاء هذا متضمنا في تعريف أوغست كونت لعلم الاجتماع بأنه:

"الدراسة العلمية للمجتمع بتطبيق تقنيات البحث المستخدمة في الرياضيات والفيزياء والإحصاء على الظاهرة الاجتماعية". (مصباح، 2006، صفحة 20)

كما أن البحث العلمي قائم على فهم العالم المحيط بنا وتجميع البيانات والمعلومات حول الظاهرة محل الدراسة، وتحليلها وفق الطريقة العلمية المناسبة التي تمكننا من التوصل إلى استخلاص النتائج العلمية، فيبتعد الباحث بذلك عن العشوائية لالتزامه بالخطوات البحثية التي تسهل عليه الدراسة، تأتي في مقدمتها:

1. دراسة الظاهرة كما هي في الواقع وجمع المعلومات اللازمة حولها كما هي
 2. الالتزام بالموضوعية والابتعاد عن التحيز والذاتية والأحكام المسبقة
 3. التحديد الواضح لخطوات البحث والأدوات المستخدمة المناسبة لجمع البيانات. (القصبي، 2004، صفحة 23، 27)
- وعن الأدوات البحثية المستخدمة، فإن نوعها مرتبط بطبيعة الدراسة إن كانت كمية أو كيفية، وما ينجر عنها من تحليل وتفسير علميين بغية تحقيق الأهداف والوصول إلى النتائج المرجوة التي يتوخاها الباحث من دراسته.
- في سؤال طرحه هنا:

هل عرف الإنسان القديم البحث العلمي؟ وهل وجد البحث العلمي منذ القديم؟

للإجابة عن هذا السؤال، فإننا نشير إلى إسهامات الفلسفة وأهميتها في الفكر الإنساني حتى لقبت بأم العلوم، والفلاسفة القدماء كانت لهم أساليب مميزة مكنتهم من الوصول إلى المعرفة، مثلت هذه الأساليب ولفترة طويلة أسلوبا ناجعا يزودهم بالمعرفة، على غرار أرسطو الذي درس الظواهر وشرحها معتمدا أساسا على أسلوب الاستنتاج. (عبيدات، عبد الحق، وعدس، 2013، صفحة 30، 31)

ويقصد بالاستنتاج **Deduction** استخدام العموميات للوصول إلى حكم على الجزئيات، أي انتقال الباحث في دراسته من المقدمات إلى النتائج، وقبول الفرد صحة المقدمات يعني قبوله صحة النتائج. (العبد الله، 2011، صفحة 137)

لكن هناك مأخذ على هذا الأسلوب الذي سجلت ضده بعض العيوب، من بينها عدم الدقة والتسرع في إعطاء الحكم على الظاهرة محل الدراسة انطلاقا من الكل إلى الجزء، فجاء فرانسيس بيكون في القرن السابع عشر بأسلوب آخر معاكس لأسلوب الاستنتاج، ينطلق فيه الباحث من الجزئيات ليصل من خلالها إلى حكم على الكليات، عرف بأسلوب الاستقراء **Induction**، واستعمل خاصة في البحوث الكيفية أكثر من نظيراتها الكمية. (العبد الله، 2011، صفحة 138)

إضافة إلى ذلك، فإن هناك ميزة للدارس في حقل علوم الإعلام والاتصال، تتمثل في ارتباطه الوثيق بدراسة الظواهر الواقعية والميدانية، فالباحث الإعلامي يتعامل مع الميدان ومع كل ما يفرضه من متغيرات وخصائص وتنوع، كالتعامل مع الشرائح الاجتماعية المختلفة (ذكر/ أنثى، شاب/ شيخ، متعلم/ غير متعلم، ...) وتناول مواضيع متنوعة في تقاطعها مع الظاهرة الاتصالية والإعلامية، كالمواضيع الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية، الثقافية، الدينية، النفسية، التاريخية، ... وغيرها من المجالات.

وهذه الخاصية التي تميز البحث الإعلامي فرضت على الباحث في مجال الإعلام والاتصال أن يتمتع بالشخصية الاجتماعية المنفتحة على الآخر والمتحركة فيما يعترضه من أحداث، وأحيانا مفاجآت أثناء مسيرته البحثية، ليأخذ القرار المناسب الذي تقتضيه الحالة أو الموقف، وتفرضه عليه طبيعة مجتمع البحث.

وأشارت الباحثة مي العبد الله عن البحث العلمي في الحقل الإعلامي انطلاقاً من ممارستها الأكاديمية الممتدة إلى عقود، بأن البحث العلمي دخل إلى علوم الإعلام والاتصال عبر بوابتي علمي النفس والتربية، لاسيما فيما يتعلق بدراسة وقياس نماذج السلوك البشري اتجاه وسائل الإعلام والاتصال. (العبد الله، 2011، صفحة 161)

إن هذه الاستعانة بالأساليب البحثية من علوم إنسانية واجتماعية أخرى، سهلت على الباحثين في علوم الإعلام والاتصال دراسة الظاهرة المستجدة التي ارتبطت بظهور وسائل الإعلام والاتصال التي كانت غائبة فيما سبق، فالحاجة هي التي دفعتهم إلى استعارة هذه التقنيات البحثية، والتي لا شك أنها قدمت خدماتها الجليلة لحقل الإعلام والاتصال، وأضافت الكثير لها، إلا أنها بقيت تصطبغ بصبغة "التبعية البحثية"، وغياب الاستقلالية التامة في منهجيتها الخاصة، ولعل حداثة نشأة هذا العلم مقارنة بالعلوم الأخرى هو المبرر لهذه "الاستعارة المنهجية والعلمية"، التي نراها في تقديرنا سمة لا عيب.

ويعزي ذلك برنار مياج Bernard Miège إلى أن حاجة المجتمع إلى علم يدرس عمليات الإعلام والاتصال الناتجة عن أعمال منظمة وهادفة معتمدة على التقنيات (الوسائل) ومشاركة في أشكال التواصل الاجتماعية والثقافية، هي السبب في بروز علوم الإعلام والاتصال التي جاءت نتيجة هذه الحاجة. (Miège, 1995, p. 85)

إلا أن المحاولة لتأصيل ومأسسة علوم الإعلام والاتصال جاءت متأخرة نوعاً ما إذا ما قارناها بالعلوم الأخرى، أو بظهور وسائل الإعلام والاتصال التي شملت الجريدة والإذاعة والتلفزيون، فحتى سنة 1974 اجتمع باحثون وأكاديميون جامعيون لاستحداث تخصص علمي جديد هو علوم الإعلام والاتصال انطلاقاً من نموذج حديث آنذاك هو نموذج شانون التناسبي، وعلم التوجيه الآلي (Cybernétique)، ولكن بسبب غياب قاعدة فكرية مشتركة وتعدد النظريات المفسرة للظاهرة الاتصالية والإعلامية، اعتبر هذا العلم علماً مشتركاً الاختصاصات قائم على التفاعل والتبادل بين حقول معرفية عديدة. (Wolton, 1997, pp. 83, 84)

ونوه هنا إلى صيغة الجمع التي جاءت عليها تسمية هذا الحقل العلمي التي تتركب أساساً من عنصرين هامين هما: الإعلام والاتصال، فجمع بين الاتصال الظاهرة التي خبرها الإنسان منذ القدم، واكتست الطابع الحديث في ارتباطها بالنشاط الإنساني في المؤسسات المختلفة، والإعلام الذي يهتم بنقل ونشر المعلومة، والتي يشترك معه فيها الاتصال كذلك.

ويؤكد روبرت إسكاربيت Robert Escarpit على العلاقة العضوية بين الإعلام والاتصال في قوله: "إن كل عملية اتصالية تحتوي على إنتاج ونقل ومعالجة المعلومة، ...، مهما كانت طبيعة هذا الإنتاج العلمي أو التقني أو الفني ...". (مظفر الرزوي وآخرون، 2008، صفحة 79)

كما يشترك كل من الاتصال والإعلام في معنى المعلومات ونقلها، ويكمن الفرق بينهما في أن المعلومات في انتقالها بشكل عام يدخل في إطار الاتصال، ولا يتطلب بالضرورة وجود الوسيلة التقنية، أما في حال انتقالها بوسائط إعلامية فإن هذه العملية تنضبط إلى مصطلح الإعلام. كما يضاف بعد آخر لهذين المصطلحين، ففي حالة وصف الوسيلة فإننا نتحدث عن الإعلام، أما في حال الوظيفة فإنها تتحمل التأويلين، إعلام أو اتصال، وربما كان الاتصال أسبق في هذه الحالة من الإعلام. (زايد، 2007، صفحة 30)

لهذا، فإنه من الخطوات الأساسية التي يجب على الباحث أن يولمها الأهمية في هذا الحقل هي تحديد المفاهيم والمصطلحات والاتفاق على معنى المفردات المستخدمة، على الأقل في البحث الذي يقوم به، لأنه كما هو معلوم دائما أن التحديد المفاهيمي يبقى دائما محل جدل بين الدارسين والباحثين، فلكل زاويته الخاصة من المعالجة البحثية، ولكن على الأقل اقتراح تعريفات واضحة تحول دون الوقوع في الالتباس والتأويل وسوء الفهم. (مظفر الرزوي وآخرون، 2008، صفحة 77)

وهذا ما أكد عليه إتيان باليبار Etienne Balibar حين قال بهذا الصدد: "إن تحديد المفاهيم يعد من المتطلبات المعرفية الموضوعية، فهو الأداة التي تجعل المعرفة الإنسانية ممكنة، ويزودنا بالعدة التقنية اللازمة للكشف عن معاني المصطلحات وتحديد طبيعة الأشياء، والتمكن من التعرف عليها والتعريف بها". (حسن فياض و عباس مراد، 2012، صفحة 14)

تأتي هذه الخطوة طبعا إلى جانب الخطوات المنهجية الأخرى التي تحظى كلها بالأهمية ذاتها، فتحديد العنوان المناسب الذي يحتوي على المتغيرات الأساسية للدراسة وتحديد الدوافع الكامنة وراء اختيار الموضوع والأهداف من البحث والتقنيات المناسبة لنوع الدراسة إن كانت كمية أو كيفية، وتحديد مجتمع البحث والعينة المناسبة معه، كلها خطوات متكاملة فيما بينها تحظى بقيمتها العلمية في الدراسة.

فيما يتعلق بالتحاقل في علوم الإعلام والاتصال، فإن الإرهاصات الأولى لهذا التخصص الوليد جاء من حقول علمية أخرى، فمن قام بالبحوث الإعلامية في بداياتها باحثون متخصصون في السياسة وعلم الاجتماع وعلم النفس واللغة والإدارة والتاريخ وعلم المكتبات والمعلوماتية، أي أن مجال البحث في علوم الإعلام والاتصال أسهم فيه باحثون من تخصصات علمية مختلفة، من بينهم: السوسيولوجي بول لازارسفيلد Paul Lazarsfeld، السيكلوجي كارل هوفلاند Carles Hovland، ولبر شرام Wilbur Schramm، بيرلسون Berelson، وغيرهم كثير. (مشاقبة، 2010، صفحة 14، 15)

إلا أن بحوث الإعلام استطاعت رسم الإطار العام لأبحاثها، لتقوم بالدراسة العلمية لسلوكيات الأفراد الذين يتعرضون لوسائل الإعلام، بهدف جمع المعلومات الأولية وتحليلها وتفسيرها، كما يشتمل على دراسة رجال الإعلام ومحتوى الرسائل الإعلامية، ويهدف هذا الاستقصاء العلمي إلى اكتشاف معلومات وقواعد يمكن التحقق منها عن طريق الاختبار العلمي أو البحث. وفي هذا السياق، يعرف سمير محمد حسين بحوث الإعلام بأنها: "الإطار الموضوعي الذي تندرج ضمنه الأنشطة والعمليات الإعلامية والاتصالية مع الجهود المنظمة والعلمية التي تستهدف توفير المعلومات عن الجمهور الموجهة إليه الرسالة الإعلامية وقنوات الاتصال ووسائلها، التي يركز عليها في اتخاذ القرارات وتخطيط الجهود الإعلامية والاتصالية". (مشاقبة، 2010، صفحة 13، 14)

فالببحث الإعلامي يهتم بعناصر العملية الإعلامية والاتصالية، والتي يمكن إسقاطها على نموذج لازويل والأسئلة الشهيرة التي طرحها لتحديدها، فنجد البحوث في حقل علوم الإعلام والاتصال تهتم بالقائم بالاتصال المسؤول عن صياغة وتركيب الرسالة الاتصالية أو الإعلامية، كما يهتم بالجمهور المستهدف الذي يتلقى الرسالة ويتفاعل معها محدثا رجوع صدى، من خلال وسيلة يراها مناسبة لإيصال رسالته.

وما ميز البحوث الإعلامية في بداياتها في الثلاثينيات من القرن العشرين، أنها ركزت خاصة على الدعاية الإعلامية نظرا لما كان يعيشه العالم في تلك الفترة، كما اعتمدت على الاستقصاءات لمعرفة اتجاهات وآراء الجمهور، لتهتم في مرحلة لاحقة بالإعلان وتنظيم الحملات الانتخابية والعلاقات العامة وزيادة بيع الصحف واستفتاءات الرأي العام، لينصب تركيزها أثناء ذلك على الجمهور خاصة على حساب مضمون الرسالة الإعلامية. (مشاقبة، 2010، صفحة 46)

هناك مأخذ آخر مهم فيما يتعلق بالبحوث الإعلامية، التي قال عنها باحثون ومختصون أن تناول الظاهرة الإعلامية والاتصالية يكون أحيانا سطحيا وشكليا بعيد عن العمق وسبر أغوار الظاهرة المدروسة، ما لا يعطي النتائج المرجوة ولا يغطي حقيقة كل الأبعاد المرتبطة بموضوع البحث، فنجد الباحثين قد ذهبوا إلى القول بأن بحوث الإعلام وصفية أكثر منها تحليلية. (مشاقبة، 2010، صفحة 21، 22)

فالدراسات الوصفية كما هو شائع عنها أنها تهدف إلى تقرير خصائص ظاهرة معينة اعتمادا على جمع الحقائق وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها (زكي بدوي، 1988، صفحة 104)، في حين أن الدراسة التحليلية أكثر عمقا من الدراسة الوصفية، والتي تشير إلى عملية تجزئة الكل إلى مكوناته البسيطة (عاطف غيث، د.ت، صفحة 22)، والتعمق في دراسة العناصر الجزئية المكونة للظاهرة. لذا، يمكن أن نعتبر الدراسة الوصفية مرحلة سابقة وخطوة تمهيدية توفر قاعدة معلوماتية أولية تستند إليها الدراسة التحليلية في المراحل اللاحقة من البحث.

2. المشكلات المنهجية في بحوث علوم الإعلام والاتصال:

هناك مشكلات منهجية قد تعترض البحوث الإعلامية، عرفت الباحث لينة ضيف على أنها: "مختلف الصعوبات التي يواجهها الباحث في علوم الإعلام والاتصال في جميع مراحل بحثه، بداية من اختيار الموضوع إلى غاية الوصول إلى النتائج النهائية، والتي يحتمل أن تشكل هذه المعوقات مشكلات منهجية تؤثر سلبا على قيمة البحث وعلى جودته وأهليته العلمية". (ضيف، 2019، صفحة 45)

ولهذه المشكلات المنهجية علاقة مباشرة بالتحاقل الذي يميز حقل علوم الإعلام والاتصال، فتفسير الظاهرة الإعلامية استند على النظريات السوسيولوجية والسيكولوجية والتربوية التي تنتمي إلى حقول علمية أخرى وتتقاطع معها.

يضاف إلى ذلك عوامل أخرى منها صعوبة القياس الدقيق للظاهرة الإعلامية، وعدم توحيد المفاهيم والمصطلحات بين الباحثين في علوم الإعلام والاتصال، والاختلافات المنهجية التي يعتمدونها كخطوات في البحث العلمي، ما قد يسفر عن صعوبات في إنجاز البحوث، وتأثير ذلك على القيمة العلمية له. ما يستوجب من الباحثين بصورة ملحة، تكاتف جهودهم البحثية لضبط أساليب وطرق تدريس مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال وكيفية تطبيقها على البحث بالمؤسسات الجامعية والبحثية، أي إنزالها منزلة التطبيق وعدم إبقائها حبيسة التنظير والتجريد، لأنها تمثل نقطة الانطلاق في إنجاز البحوث العلمية، مع ضرورة مواكبتها للتطورات التكنولوجية التي تطرأ على وسائل الإعلام والتي تفرز مظاهر جديدة تتطلب التكيف والتحيين. (ضيف، 2019، صفحة 53)

وفي نفس السياق، يرى نصر الدين لعياضي أن هناك فجوة قائمة بين المكانة الاجتماعية الكبيرة التي تحظى بها وسائل الاتصال، في مقابل المساحة الضيقة التي تحتلها في البحث العلمي في الوطن العربي. وما يزيد الأسف حسب تعبيره، قصور البحث العلمي في مجال علوم الإعلام والاتصال عن تقديم قيمة علمية مضافة لفهم الوسائط الإعلامية واستيعاب مساهمتها الفاعلة في بناء واقعنا وما تطرحه من تحديات على عدة أصعدة: ثقافيا واجتماعيا واتصاليا. (لعياضي، 2020)

وأرجع هذا القصور إلى عاملين اثنين يراهما أهم من العوامل الأخرى التي يمكن أن تذكر في هذا المقام، وهما:

العامل الأول: اعتماد البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال في المنطقة العربية على النظريات المؤطرة للبحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، وعجزه إلى الآن في وضع حد لهذه التبعية بابتكار نظريات خالصة مفسرة للظاهرة الإعلامية والاتصالية خصوصا، إلى جانب إيجاد مناهج وأدوات بحث خاصة بعلوم الإعلام والاتصال لا تنسب إلى غيرها من العلوم الاجتماعية والإنسانية.

العامل الثاني: تبعية البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال إلى النظريات التي ظهرت في بيئة غربية تختلف كثيرا عن البيئة العربية والإسلامية، والتي لا تعدد بالخصوصية الثقافية والحضارية للمنطقة العربية، لتنتقل بعض الأصوات المنادية بإيجاد النظرية التي تنطلق من هذه الخصوصية خلافا لتلك النظريات الغربية التي تعد دخيلة على المجتمعات العربية. (لعياضي، 2020)

كما يرى لعياضي فيما يتعلق بمسألة العلمية والتحاقل والخصوصية، أن الإجابة في اعتقاده حول هذه الجدلية لم يحسم بعد، ولم يصل الباحثون إلى الإجماع المنشود، فمنهم من يتساءل عن خصوصية هذه العلوم التي تشترك مع العلوم الطبيعية في بعض الطرق المنهجية، بينما توجه بعضهم الآخر إلى تأكيد خصوصية العلوم الاجتماعية، ويكشفون عن اختلافها عن العلوم الطبيعية من الناحية الإستمولوجية، ويبرر ذلك بأن تعددية المقاربات النظرية والمنهجية التي تلقى قبولا في الوسط الأكاديمي هو الشكل العادي لاكتساب المعرفة في العلوم الاجتماعية، وهي شكل من أشكال التداخل المعرفي الذي يعبر عن الترابط في التعددية المنهجية وتجاوز فكرة المنهج الواحد والوحيد. (لعياضي، 2020)

ويضيف في ذات السياق خلال تعقيبه على بحث أقامته الباحثة عزة عبد العزيز على 99 دراسة عربية، فيما يتعلق بطبيعة البحوث الإعلامية، يؤكد أن جل عينة البحوث المدروسة تدخل في إطار الدراسات الوصفية، بنسبة قدرت بـ 72,1٪، معتبرا الوصف عتبة البحث العلمي ولا يقدم للظاهرة المدروسة سوى جزء من جوهرها. (لعياضي، 2020)

وهناك من ربط هذه المشكلات المنهجية بمستقبل البحوث الإعلامية، وحددها في نقاط تشتمل على ما يلي:

✓ عجز علوم الإعلام والاتصال على بلورة نظريات خاصة بها واستمرار تبعيةها بخصوص ذلك للعلوم التي تتداخل معها.

✓ صعوبة قياس تأثير وسائل الإعلام وحده في الظاهرة لوجود أسباب أخرى، وتبعاً لذلك يصعب تحديد العلاقة المناسبة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

- ✓ غياب القياس الخاص بالدراسات الإعلامية مما يصعب مهمة التحقق من صحتها ودقتها.
- ✓ الحاجة إلى إعادة بعض البحوث الإعلامية بصفة دورية لأنها تتميز بالاستمرارية.
- ✓ وجود الفروق الفردية بين المبحوثين واختلاف درجة تأثرهم بالوسائل الإعلامية. (مشاقبة، 2010، صفحة 24، 25)

3. أخلاقيات البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال:

يتطلب إنجاز بحث علمي توفر مجموعة من الشروط التي تضبط العمل، وهذا ما يندرج ضمن مفهوم "الأخلاقيات"، وأخلاقيات البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال يجب أن تنطلق من مبدأ أن وسائل الإعلام مؤسسات اجتماعية تربوية تعمل على المحافظة على أصالة المجتمع وثقافته وقيمه، فوسائل الإعلام ليست فقط مرآة لمجتمعاتها وإنما هي أداة قوية تساهم في بنائها وتقدمها، لذا فإنه يتوجب على الباحثين في هذا المجال الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي وضوابطه عند إعداد أبحاثهم الإعلامية. (أحمد النبال و عبد الحميد، 2011، صفحة 77، 91)

كما ينوه مويس أنجرس في مؤلفه الشهير: "منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات عملية" إلى الأخلاق العلمية، التي يعتبرها مجموعة من المبادئ والواجبات الأخلاقية التي ترتبط بسير نشاط البحث، تلزم الباحث بإتباعها خلال كل مساعاه البحثي، يذكر في مقدمتها الصدق والأمانة، ويضيف لها العناصر التالية:

- 1- **العنصر البشري:** يعترف البحث العلمي في العلوم الإنسانية بحق المجموعة العلمية في دراسة الأفراد ما يفرض احترام الأشخاص المشاركين في البحث.
- 2- **احترام شخصية الأفراد:** يضمن هذا العنصر السلامة الجسدية والنفسية للمبحوثين، وموافقهم الواعية والحرّة في الإخضاع للدراسة بتزويدهم بالمعلومات الكافية والصحيحة عن طبيعة البحث.
- 3- **احترام الحياة الخاصة:** تتعلق بعدم البوح بمعلومات وتصريحات المبحوثين وهوياتهم الخاصة وعدم المساس بخصوصياتهم.
- 4- **العمل على تقليص العيوب:** تشير هذه العيوب إلى الأضرار التي نسبها للمبحوث كالأخذ من وقته على حساب التزاماته الأخرى أو تعب التنقل الذي يفرضه البحث.
- 5- **المجموعة العلمية:** وهي التزام الباحث أمام زملائه الباحثين المشاركين معه بأن يتشارك معهم نتائج بحثه بشفافية وصدق، وتقديم النقد وقبوله.
- 6- **الجمهور:** يتوجب على الباحث أن يطلع الجمهور والمجتمع عموماً بنتائج بحثه حتى تعم الفائدة، وهذه النقطة تؤكد على احترام الباحث للعنصر البشري المذكور آنفاً.

بالمقابل، يتوقع الجمهور اهتمام الباحثين بالظواهر المهمة التي تساهم في تقدم الإنسانية، فهذا مطلب أساسي لاستمرارية البحوث العلمية لتحتل المكانة المستحقة ضمن تطلعات المجتمع وتوجهاته. (أنجرس، 2006، الصفحات 87-91)

نضيف إلى هذه العناصر، عنصرا آخر نراه جد مهم في البحث العلمي عموما والبحث العلمي الإعلامي على وجه التحديد، إيماننا بأن المهنة الإعلامية والبحثية رسالة، ويتمثل هذا العنصر في وجوب مراعاة الضمير المهني والإنساني في البحث، لأنه سيعترب على نتائجه تأكيد أفكار أو تفنيدها والتي ستكون بمثابة قاعدة يرتكز عليها باحثون آخرون، للخوض في الموضوع من زاوية أخرى ومعالجة جزئيات أخرى، فالعلم تراكمي كما هو معروف.

وعن أهمية الضمير في العلم، قال فرانسوا رابليه François Rabelais في غرة القرن السادس عشر: "العلم دون ضمير ما هو إلا خراب الروح". (بن نبي، 2012، صفحة 73)

إضافة إلى ما سبق ذكره، نؤكد على ضرورة أن يؤدي الباحث واجبه اتجاه مجتمعه، الواجب قبل الحق، فأما كلمة الحق كما يقول عنها فيلسوف الحضارة مالك بن نبي: "فما أغراها من كلمة، إنها كالعسل يجذب الذباب والانتفاعيين، بينما كلمة الواجب لا تجتذب غير النافعين". (بن نبي، 2012، صفحة 34)

4. البحوث الإعلامية في عصر الذكاء الاصطناعي:

صاحب إعادة انبعاث مصطلح "الذكاء الاصطناعي" هو اجس لدى الممارسين المهنيين في قطاع الإعلام، يشبه إلى حد كبير تخوفاتهم التي جاءت عقب ظهور الأنترنت واعتمادها في العمل الإعلامي، مخافة أن تؤثر سلبا على المهنة أو أن تلغي بعض الوظائف، إلا أن تلك التوجسات سرعان ما فندها الاستخدام الإيجابي للإنترنت في حقل الإعلام والاستفادة من مزاياها لتسهيل المهمة وتحسين الأداء.

والذكاء الاصطناعي يثير تساؤلات حول الاستفادة منه في البحوث العلمية، نقول الاستفادة لتسهيل العملية البحثية وليس لتعويض الباحث في كل جزئيات البحث العلمي، لتنوب برامج الذكاء الاصطناعي عن جهد الباحث في إعداد بحثه.

ومع إعادة الانبعاث هذه، طرح السؤال التالي بقوة: "هل يمكن للآلة أن تصبح أذكى من الإنسان؟"، ليرد عنه جان غابريال غاناسيا Jean- Gabriel Ganascia أستاذ المعلوماتية بجامعة السوربون وعضو بالمفوضية الأوروبية للذكاء الاصطناعي بقوله: "لا، هذه أسطورة مستوحاة من الخيال العلمي". (أخلاقيات الذكاء الاصطناعي)

بناء على ذلك، نطرح السؤال التالي:

"هل يمكن لبرامج الذكاء الاصطناعي أن تحل محل الباحث في مجال علوم الإعلام والاتصال؟"

للإجابة عن هذا السؤال سوف نعرض بداية استشرافات بعض الباحثين لمستقبل الإعلام في عصر الذكاء الاصطناعي، ومن خلال هذا الطرح، فإنه في تقديرنا سوف تتأثر العملية البحثية التي تطرأ عليها مستجدات لبحث فيها الدارسون، فإذا كنا مثلاً نهتم سابقا بالقائم بالاتصال "الإنسان" فإنه باعتماد تكنولوجيات الذكاء الاصطناعي سوف نتعامل مع القائم بالاتصال "الروبوت"، وقس على ذلك.

قدمت الباحثة نوال رضا في ورقتها البحثية الموسومة بـ "استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الدول العربية: بين التمثيلات الاجتماعية والتحديات التنموية"، فكرة أننا سوف نرى غرف إخبارية تدار من دون

الإنسان الذي سيضحي ظهوره شرفيا لا أكثر، وسوف يصاحب هذه التغيرات التقليل من التكلفة أكثر من النصف، لأن صحافة الذكاء الاصطناعي لا تحتاج إلى كل تلك التكلفة التي كان يتحملها قطاع الإعلام، مما سينعكس انعكاسا إيجابيا على صناعة الإعلام من حيث التكلفة، وسنرى آلاف الروبوتات التي تغطي الأحداث حتى في الأماكن الأكثر خطورة في العالم، التي يستعسر على الإنسان أن يصل إليها، مثل مناطق الحروب والحرائق وقاع البحار والمحيطات والفضاء الخارجي وفوق ناطحات السحاب. (العبد الله، قطب، و بومجاهد أبي فراج، 2019، صفحة 32)

كما أشارت إلى أن العالم اليوم يتجه إلى صحافة جديدة هي "صحافة الذكاء الاصطناعي" بامتياز، مستندة إلى دراسة أجرتها وكالة "The associated press" التي خلصت إلى أنه بحلول سنة 2027 ستتعزز غرف الأخبار بترسانة من أجهزة الذكاء الاصطناعي، وسيقوم الصحفيون بالدمج السهل للآلات الذكية في عملهم اليومي، ليقوم الذكاء الآلي بمهام أكثر من مجرد إعداد التقارير الإخبارية. (العبد الله، قطب، و بومجاهد أبي فراج، 2019، صفحة 32)

أما على الصعيد العربي، فإن هناك جملة من التحديات التي تعترض التطبيق القريب لهذه التقنيات والاستفادة من مزايا الذكاء الاصطناعي، أوردتها نوال رضا فيما يأتي:

1. التمكن من أساسيات التعلم الآلي والخوارزميات التي تقوم عليها برمجيات الذكاء الاصطناعي وكيفية الاستفادة منها في مختلف القطاعات على غرار الإعلام والصحة والأمن والتعليم والسياحة والتجارة والنقل.
2. تعزيز التخصصات الجامعية ذات الصلة بالذكاء الاصطناعي وتطبيقاته، وعلاقته بمختلف التخصصات الأخرى لتحقيق الاستفادة منه.
3. خوض تجربة التعلم الموجودة في الصناعات الذكية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي وبرمجياته الذكية والعمل على تطويرها. (العبد الله، قطب، و بومجاهد أبي فراج، 2019، صفحة 35، 36)

في السياق ذاته، طرح في ورقة بحثية موسومة بـ "رهانات البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال في ظل ثورة الذكاء الاصطناعي" للباحثين محمود محمد خلوف وعبد الحق موسى شادلي، السؤال التالي:

هل تصبح الآلات في يوم ما مثل الباحث الإعلامي قادرة على البحث العلمي في مجال الإعلام والاتصال؟

ليجيبا عن هذا السؤال باستقراء الواقع، ويؤكد أن بحوث الإعلام والاتصال تعيش فجوة شاسعة بعيدة عن التكنولوجيا المواكبة للذكاء الاصطناعي، مع أن الفكرة جيدة ومحسنة إذا تم التزاوج بين الإعلام والاتصال والخوارزميات، لتدخل في حيز مفهوم أخذ بالانتشار يضم العديد من فروع الدراسة والعلوم يعرف بـ "الإنسانيات الرقمية". (العبد الله، قطب، و بومجاهد أبي فراج، 2019، صفحة 93)

ويقترحان جملة من الأهداف التي ستتحقق في البحث العلمي في مجال علوم الإعلام والاتصال إذا ما تم استخدام الذكاء الاصطناعي وتوظيفه توظيفاً مناسباً:

الهدف الأول: سيسهل الذكاء الاصطناعي تحديد عينات البحث بطريقة آنية وتحليل البيانات للظاهرة الإعلامية بسرعة فائقة.

الهدف الثاني: تحسين البرامج وأدوات البحث في الدراسات الإعلامية والاتصالية، مؤدياً إلى حلول علمية وعملية جديدة، لأنه يتعامل مع بيانات ضخمة وقادر على تحليلها في ظرف زمني قياسي.

الهدف الثالث: إعادة تشكيل بحوث الإعلام والاتصال التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي وتوليد ابتكار جديد فيها يشمل على أجهزة استشعار إنترنت الأشياء، والطباعة الرباعية الأبعاد. (العبد الله، قطب، و بومجاهد أبي فراج، 2019، صفحة 94، 95)

5. خاتمة:

نخلص ختاماً إلى القول أن مجال علوم الإعلام والاتصال حقل خصب للدراسات والأبحاث، رغم ما يطرح من إشكاليات حول تبعيته للعلوم الاجتماعية، واستعارته منها الأدوات البحثية والنظريات المفسرة، إلا أن هذا لا ينفي أن له مزايا يختص بها عن باقي العلوم الأخرى، ترتبط خاصة بالتطور التقني الذي ألزم الباحثين النظر إلى هذه الظواهر المستجدة نظرة مغايرة، وتطلبت إخضاعها للدراسة والبحث.

ورغم ما يعترض البحوث الاتصالية والإعلامية من معيقات منهجية، إلا أنها خطت خطوات إيجابية ومحسوبة أضافت الكثير للبحوث العلمية، وفسرت من زوايتها الظواهر الإنسانية المرتبطة بهذا الحقل العلمي، في إطار الالتزام بمجموعة من القواعد التي تضبط البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ليزيد طرح إشكالية توظيف الذكاء الاصطناعي في البحوث الإعلامية بعداً آخر، ويطرح رهانات جديدة إضافة ما قد تم طرحه سابقاً.

لكنه يستوجب الاهتمام بهذا المتغير الجديد في حقل الإعلام والاتصال وتوظيفه بطريقة تخدم الحقل الإعلامي ممارسة وبحثاً، وتجاوز تلك المخاوف التي زادت في بعض الأحيان عن حدها، ونشبهها هنا بالمخاوف التي صاحبت استخدام الأنترنت في بداياتها في العمل الإعلامي، إلا أن الواقع أزالها، وكانت الأنترنت قيمة مضافة حقيقية للحقل الإعلامي، ونحسبها كذلك فيما يتعلق ببرمجيات الذكاء الاصطناعي التي سوف تؤكد تبنيها هذه النظرة الإيجابية في القريب العاجل.

6. قائمة المراجع:

• المؤلفات:

- Miège, B. (1995). la pensée communicationnelle: la communication en plus. France: presse universitaire de Grenoble.
- Wolton, D. (1997). Penser la communication. France: Flammarion.
- زايد، أحمد، (2007)، منظرو الإعلام الجدد: بين الإعلام والاتصال والدعاية، المغرب، دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- زكي بدوي، أحمد، (1988)، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، لبنان، مكتبة لبنان.
- مشاقبة، بسام، (2010)، مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- مظفر الرزو، حسن، و وآخرون. (2008)، ثورة الصورة: المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، لبنان، مركز دراسات الوحدة العربية.
- الدليحي، حميد؛ اللافي، عبد القادر، (2008)، أساسيات البحث المنهجي في الدراسات الإعلامية، ليبيا، منشورات جامعة قاريونس.
- عبيدات، ذوقان؛ عبد الحق، كايد؛ عدس، عبد الرحمن، (2013)، البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه، الأردن، دار الفكر.
- حسن فياض، عامر؛ عباس مراد، علي، (2012)، مدخل إلى الفكر السياسي القديم والوسيط، الأردن، دار زهران للنشر والتوزيع.
- مصباح، عامر، (2005)، معجم مفاهيم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، الجزائر، مكتبة الشركة الجزائرية بوداوا.
- رشاد القصبي، عبد الغفار، (2004)، مناهج البحث في علم السياسة، مصر، مكتبة الآداب.
- بوحوش، عمار؛ محمود الذنبيات، محمد، (1995)، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
- بن نبي، مالك، (2012)، بين الرشاد والتهيه، الجزائر، دار الوعي للنشر والتوزيع.
- أحمد النبال، مایسة: عبد الحميد، مدحت، (2011)، البحث العلمي وأخلاقياته، لبنان، منشورات الحلبي الحقوقية.
- عاطف غيث، محمد، (د.ت)، قاموس علم الاجتماع، مصر، دار المعرفة الجامعية.
- أنجريس، مورييس، (2006)، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات عملية، الجزائر، دار القصة للنشر.
- العبد الله، مي، (2011)، البحث في علوم الإعلام والاتصال: من الأطر المعرفية إلى الإشكاليات البحثية، لبنان، دار النهضة العربية.

• المقالات:

- ضيف، ليندة، (جوان، 2019)، المشكلات المنهجية في البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد (03)، العدد (01)، الصفحات 40-54.

• مواقع الإنترنت:

- منظمة اليونسكو (بدون تاريخ)، أخلاقيات الذكاء الاصطناعي، من الموقع:

(consulté le 30/04/2023) <https://www.unesco.org/ar/artificial-intelligence/recommendation-ethics>

- نصر الدين لعياضي، (17، 7، 2020)، البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال في المنطقة العربية وغياب الأفق النظري، من موقع مركز دراسات الوحدة العربية:

<https://caus.org.lb> (consulté le 01/05/2024)