

مقومات التوصل للنتائج العلمية في بحوث الإعلام والاتصال

Elements of reaching scientific results in media and communication research

د. مبني نور الدين¹ mebni@hotmail.com

أ. عيساوي الطيب² tabiscience@gmail.com

الملخص:

يمثل الوصول إلى نتائج ذات قيمة علمية الهدف الرئيسي للباحث مهما تنوعت المشارب الفكرية والتخصصات العلمية الخاصة به، حيث أن عملية استنباط النتائج تمر عبر خطوات إجرائية ومنهجية عديدة لا يمكن تجاهلها أو الاستغناء عنها في إنجاز الأبحاث الأكاديمية والمقالات العلمية، وبما أن علوم الإعلام والاتصال واحدة من التخصصات التابعة لميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية فإنها تتميز بما تتميز به كافة مجالات البحث في هذه العلوم، إلا أنها تهتم بدراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية ذات الأبعاد الإنسانية والاجتماعية بالتحليل والملاحظة والاستدلال وغيرها من الأدوات البحثية الأخرى. لذلك فإن الهدف من دراسة هذه الجزئية يتحدد في إطار معرفة خصائص النتائج العلمية المتوصل إليها في مجال علوم الإعلام والاتصال، وكذلك العمل على فهم الآلية التي يتم وفقها صياغة النتائج وإسقاطها كحلول وإجابات لفرضيات وإشكالية الدراسة، ومن هذا المنطلق فإن أهمية هذا الطرح تظهر جليا في التحقق من صلاحية النتائج على المستوى الزماني والمكاني ومدى قابليتها للنقد والتحليل باعتبار أن النتائج هي في الأساس مؤشرات لطرح إشكاليات علمية جديدة ومستحدثة.

*الكلمات المفتاحية: المقومات، النتائج العلمية، البحث العلمي، الإعلام والاتصال.

ABSTRACT

Reaching the results represents the main goal of the researcher, regardless of the diversity of intellectual stripes and the scientific disciplines of the study, as the process of eliciting results passes through numerous procedural and methodological steps that cannot be ignored or dispensed with in the completion of academic research and scientific articles, and since information and communication sciences is one of the disciplines of the field Human and social sciences are distinguished by what is characteristic of all areas of research in these sciences, but it is concerned with studying media and communication phenomena of human and social dimensions through analysis, observation, inference and other research tools.

Therefore, the aim of studying this partial is determined in the framework of knowing the characteristics of the scientific results reached in the field of media and communication sciences, as well as working to understand the mechanism by which the results are formulated and projected as solutions and answers to the hypothesis and problem of the study, and from this standpoint, the importance of this proposition is evident in verification. From the validity of these results on the temporal and spatial level

and the extent of their susceptibility to criticism and analysis, given that these results are basically indications for posing new and emerging scientific problems.

***Key words:** Constituents, scientific results, scientific research, information and communication.

1. المقدمة:

إن البحث العلمي لا يخلو من نسب الارتياب سواء كانت عن قصد أو دون ذلك، حيث أن الطبيعة البشرية في البحث والتقصي تفرض نفسها على جودة ونوعية الأبحاث والدراسات ذات الجوانب السياسية والثقافية والاقتصادية، والتي تتداخل في إنجازها مجموعة من المعايير الذاتية والنفسية للباحثين إلا في حالات قليلة يتم التقيد فيها بالقواعد المادية والموضوعية للبحث العلمي، ومنه فإن بلوغ النتائج العلمية ليس بتلك البساطة التي نتوقعها ذلك أنها تحتاج إلى الكثير من التدقيق والمراجعة وهذا حسب رأي السواد الأعظم من المتخصصين والباحثين في أدبيات ومنهجية البحوث العلمية، ففي علوم الإعلام والاتصال يبقى الوصول إلى النتائج يشكل هاجسا باعتبار أن الظاهرة الإعلامية والاتصالية تتسم بخصوصيات كثيرة تتعلق أساسا بمظاهر التغير الاجتماعي والبيئي على حد سواء، وبناء على هذا التصور النظري لمقومات التوصل للنتائج العلمية في علوم الإعلام والاتصال سنسعى للتحديد أهم العناصر المحيطة بعملية الاستنتاج والبرهنة والتي تجعل من النتائج العلمية أكثر موضوعية وواقعية.

2. الجانب المنهجي:

تحديد المشكلة:

يتوقف فهم الظواهر وتفسيرها على مدى منطوقية النتائج العلمية المتوصل إليها، إضافة إلى قدرة الباحث على التحكم في الجوانب الرئيسية للمشكلة العلمية محل البحث والدراسة، وإلمامه كذلك بمهارات وقواعد إنجاز الدراسات العلمية، وفي هذا السياق يمكن الإشارة إلى أهمية بلوغ النتائج ضمن العناصر الإجرائية والمنهجية عموما، إلا أن مسألة التعبير عن هذه النتائج تبقى غير مقنعة في بعض الأحيان نتيجة للعديد من الأسباب والعوائق والتي يمكن أن تؤثر سلبا على علمية التوصل للنتائج البحثية، وبما أن تخصص الإعلام والاتصال يندرج ضمن شعبة العلوم الإنسانية والاجتماعية فهو يضطلع بتفسير الاتصال وتأثيراته على البيئة الاجتماعية، فبلوغ النتائج في هذا الإطار المعرفي يتطلب الكثير من الجهد والوقت على غرار باقي التخصصات العلمية الأخرى، فمجموعة الاستنتاجات المتوصل إليها هي بمثابة شروحات وتفسيرات لإشكالية الظاهرة التي لا يمكن استيعابها دون جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات التي تتحول بعد ذلك لبيانات كمية وكيفية ذات دلالات إحصائية، وهذا ما يعبر بدوره على ضرورة الاستعانة بشكل نسبي أو مطلق بالعلاقات الرياضية للوصول إلى نتائج البحث وذلك من أجل إضفاء الصفة الموضوعية والمجردة لمشكلة وموضوع الدراسة، فأهمية النتائج تظهر من خلال القدرة على ترجمتها إلى مجموعة من الحلول والمقترحات الفعلية على أرض الواقع أي بمعنى آخر كيفية الاستفادة من النتائج العلمية بصورة ملموسة بعيدا عن سياسة التسويق والاستهلاك الفضفاض لنتائج البحث العلمي.

وتحدد كذلك القيمة العلمية لنتائج الدراسة في علوم الإعلام والاتصال وباقي العلوم الأخرى في قدرتها على تشخيص الماهية العامة للظاهرة أو المشكلة العلمية، وذلك عن طريق العديد من العمليات التنظيمية التي تساعد على معرفة منشأ الإشكال البحثي ومصدره بطريقة بسيطة وواضحة تخلو غالبا من مواطن الخلل والتناقض والتي إن وجدت أثرت بدورها على صورة البحث برمته وكذلك على سمعة الباحث ومشواره العلمي والأكاديمي، وفي هذا الصدد صار من الواجب الحرص بشدة على التفرغ بشكل دقيق ومسؤول لكل مرحلة من مراحل تحضير وإنجاز البحوث والدراسات العلمية ذات الخلفيات الاتصالية والإعلامية، فالاهتمام

مقومات التوصل للنتائج العلمية في بحوث الإعلام والاتصال

بمتابعة العلاقة بين الإعلام والمجتمع على سبيل المثال يحتاج إلى دراية وافية ومعتبرة بتخصصات علمية أخرى ذات صلة كالأنثروبولوجيا وعلم النفس إضافة إلى علم الاجتماع والفروع الإنسانية والتجريبية الأخرى، كل هذه العناصر المعرفية تتكامل في الحقيقة من أجل توضيح الرؤية، وتوفير المادة العلمية التي يتم استغلالها كمبررات يستشهد بها الباحث في إقناع المجتمع العلمي بأهمية النتائج العلمية المتوصل إليها وقابليتها للمناقشة والتحليل. ومن خلال ما سبق أمكن صياغة التساؤل الرئيسي المتعلق بمقومات التوصل إلى النتائج العلمية في علوم الإعلام والاتصال وأساسياتها، واندرجت ضمنه التساؤلات الفرعية الآتية:

1. هل تساهم الأبعاد النفسية والذاتية للباحث في التقليل من قيمة النتائج العلمية المتوصل إليها؟
 2. ماهي أهم العوائق التي تعترض عمليات عرض النتائج العلمية بحيادية وموضوعية ؟
 3. كيف يمكن تطوير آليات منهجية جديدة تساعد في تجويد وحماية النتائج العلمية من التمييع والسطحية ؟
- وللإجابة على تساؤلات الدراسة تم تقسيم وهيكله البحث على النحو التالي:

المحور الأول: مدخل مفاهيمي نظري.

المحور الثاني: المسؤولية الأخلاقية للباحث وإشكالية عرض النتائج العلمية في الدراسات الإعلامية.

المحور الثالث: البيئة الاجتماعية وتأثيرها على موضوعية النتائج العلمية في تخصص الإعلام والاتصال.

المحور الرابع: مستقبل النتائج العلمية في ظل تمييع الأبحاث في مجال الإعلام والاتصال.

1. المحور الأول: مدخل مفاهيمي نظري.

1.1. النتائج العلمية:

ترتبط نتائج البحث العلمي بجميع الخطوات السابقة لها، فهي خطوة بنائية فاعلة في سبيل استكمال البحث العلمي، فننتجها عبارة عن: "مجموعة من البنود التي تعبر عن إجابة وافية للأسئلة أو الفرضيات التي يصوغها الباحث العلمي بعد عرض المقدمة، وهي إما مؤكدة للفروض أو نافية لها".

وننتج البحث العلمي هي المحطة قبل الأخيرة في سبيل إنهاء الرسالة أو الدراسة العلمية التي ينجزها الباحث، أما بالنسبة للمحطة الختامية فهي تتمثل في وضع المقترحات أو الحلول المناسبة لمشكلة الدراسة، لذا فإن العلاقة البنائية هي التي تربط بين نتائج البحث العلمي وتوصياته، وبناء على ذلك ينبغي أن تكون النتائج ذات صبغة علمية ومُقننة بالشكل الصحيح والتقنين هنا يعني الإسناد والبرهنة على صحة تلك النتائج.

وتعد نتائج البحث العلمي من أصعب الخطوات التي يمر بها البحث العلمي، ومن الممكن أن نطلق عليها المرحلة الهدف، ومن الطبيعي أن جميع ما يسوقه الباحث من خطوات، ينبغي أن يتبلور في النهاية في صورة نتائج. (<https://bit.ly/34RWU8S>)

2.1. البحث العلمي:

يعرف البحث العلمي بأنه "وسيلة يحاول بواسطتها الباحث دراسة ظاهرة أو مشكلة ما والوصول إلى كشف الآليات التي تتحكم فيها بالإضافة إلى حصر العوامل التي تكون وراء حدوثها بصفة مباشرة وغير مباشرة، وهذا ما يسمح بالتفسير والقدرة على التنبؤ مستقبلا بالأبعاد التي تأخذها الظاهرة".

كما يعرف البحث العلمي بأنه "أسلوب للتفكير المنظم أو الدراسة الدقيقة والمضبوطة الذي يعتمد على وسائل علمية لجمع المعلومات بعيدة عن كل الميول والاتجاهات والمؤثرات الشخصية التي قد تؤثر على النتائج، لذا يمتاز البحث العلمي بالموضوعية بالإضافة إلى إمكانية التثبت من النتائج في أي وقت من الأوقات، وكذلك بإمكانية تعميم النتائج والخروج بقواعد عامة لتفسير الظاهرة كما يمتاز بخاصية التنبؤ التي تكون عادة دقيقة في العلوم الطبيعية، أما في العلوم الاجتماعية والإنسانية فدرجة التنبؤ ليست بالدرجة نفسها من الدقة وذلك لكثرة المتغيرات والعوامل التي يصعب ضبطها". (حنان بشته، نعيم بوعموشة، 2018، ص148).

3.1. الإعلام والاتصال:

مقومات التوصل للنتائج العلمية في بحوث الإعلام والاتصال

يشير هذا المفهوم إلى العلوم التي تهتم بدراسة الكيفية أو الطريقة التي من خلالها يتم نقل الرسالة إلى الجمهور، وترتبط هذه العملية بالقائم بالاتصال (المُرسل، المصدر) الذي يقدم الرسالة في حد ذاتها، ووسيلة الاتصال، والاثار الممكنة للرسالة على الجمهور المتلقي.

ويرى فرنسيس بال بأن هذه العلوم هي تخصص غربي في أصولها على الأقل وتعود الدراسات الأولى لكل من: كارل هوفلاند، بول لازارسفيلد، هارولد لاسويل، كورت لوين الذين اعطوا للدراسات حول وسائل الاتصال الجماهيري المبرر العلمي الذي كانت تفتقد إليه، فمع تراكم هذه البحوث جعلوا من دراسة الاتصال الجماهيري علما قائما بذاته.

لهذا فان علوم الإعلام والاتصال ارتبطت تاريخيا بالدراسات الأولى حول وسائل الاتصال الجماهيري في و.م.أ، وكانت هذه الدراسات وطبيعتها الامبريقية هي السائدة والغالبة في الدراسات الاعلامية حتى في اوربا التي عانى ميدان الاتصال فيها من ازمة الهوية لمدة زمنية معتبرة، فلم تصل الدراسات الاعلامية فيها مستوى الرواج الذي ساد في أمريكا وهو ما دفع كارل نوردي سيستونج بقول بأن : الميدان الأوروبي ليس مصدر ثريا للتمرن الثقافي اذ لا يوجد عادة إلا مصدر او مصدرين للدراسات الاعلامية في البلد الواحد. (بوعزيزبوبر، 2018، ص 35).

2. المحور الثاني: المسؤولية الأخلاقية للباحث وإشكالية عرض النتائج العلمية في الدراسات الإعلامية.

1.1. قراءة أخلاقية عامة في أساسيات البحث العلمي:

لا أحد منا يشك اليوم من أن العلم ينتج الحقائق ويصوغ القوانين والنظريات، فإنه بالضرورة يسير وفق أسلوب التحقق من نتائجه، ففي ضوء العلم لا بد للمعارف والمعلومات والحقائق أن تكون منظمة ومنسقة، وان يتم التوصل إليها عن طريق تفكير علمي منظم يستند إلى الموضوعية والابتعاد عن التمنيات والأهواء الشخصية.

أ. المشكلة الأخلاقية في البحث:

المشكلة الأساسية في البحث وبالأخص البحث الاجتماعي أن مادته هي على الأغلب (الإنسان) وهو مادة معقدة فقد يكون السلوك الملاحظ غير ناتج عن تأثير المحدد من قبل الباحث وكذلك فإن الباحث يتعامل مع متغيرات كثيرة من الصعب ضبطها. فهو يعمل أي الباحث (باحث العلوم الاجتماعية والإنسانية) بشكل عام في ظروف اقل دقة إذا ما قورن بعمل الباحث في العلوم الطبيعية بالإضافة إلى خضوعه لمعايير قانونية وأخلاقية تشكل محددات للبحث السلوكي. (سعيد جاسم الأسدي، 2008، ص 12-13). وهو ما ينتج عنه في الأخير صعوبة تلافي البعد الأخلاقي للظاهرة المدروسة والذي سيؤثر في ما بعد على موثوقية النتائج.

ب. الباحث والموضوعية العلمية:

وجد الباحثون من الغربيين أن يتوخى العالم أو الباحث الموضوعية في كل بحث علمي ، بمعنى أن يحرص على معرفة الوقائع كما هي في الواقع، وليس كما تبدو له، ويقضي هذا إقصاء مبدأ الخبرة الذاتية. ويراد بذلك تحقيق نزاهة الباحث في تجرده عن الأهواء والميول والرغبات وإبعاد المصالح الذاتية والاختبارات الشخصية، ومن ذلك التخلي عن المعلومات السابقة، أي أن لا يتأثر الباحث بما لديه من معلومات سابقة عن الظاهرة موضوع البحث- لا يعني هذا أن لا يستفيد منها - إذ من المحتمل أن يكون فهمه لهذه المعلومات خاطئا فيفقده إلى الابتعاد عن الموضوعية. وقد حرص على التنبيه إلى هذا واضعو أصول مناهج البحث العلمي من الغربيين منذ مطلع العصور الحديثة أمثال الفيلسوف والعالم الإنكليزي فرانسيس بيكون والفرنسي رينيه ديكارت. (رشا علي البارودي، دس، ص 06).

ج. القيم الأخلاقية للباحث:

إن الاعتبارات الأخلاقية في إجراء البحوث العلمية جزء لا يتجزأ من التفاعلات اليومية مع الآخرين ومع المعلومات، ومن هنا مسّت الحاجة إلى معرفة العلاقة بين عملية البحث والأخلاق والقيم، والسياسة، وجميعها جزء لا ينفصل من عملية البحث،

مقومات التوصل للنتائج العلمية في بحوث الإعلام والاتصال

والباحث في خضم ذلك يواجه كثيرا من المعضلات الأخلاقية وعليه أن يتعلم ويقرر كيف يتعامل معها. والسلوك الأخلاقي في النهاية يعتمد على الباحث الفرد. فللباحث إلزام أخلاقي ومهني ليكون أخلاقيا حتى عندما لا يكون المبحوثون (أشخاص البحث) على علم بهذه الأخلاقيات أو غير مهتمين بها. إن القضايا الأخلاقية تتضمن الاهتمامات، والمعضلات والتعارضات التي تظهر حول الطريق الصحيح لإجراء البحث. فالأخلاق تحدد ما هو شرعي (قانوني) أو غير شرعي (غير قانوني) لتفعله أو ما يتضمنه إجراء البحث من أخلاق. وبرغم أن هناك قواعد كثيرة ثابتة، هناك أيضا مبادئ متفق عليها. هذه المبادئ قد تتضمن عند ممارستها كثيرا من القضايا الأخلاقية. (محمد أحمد بابكر، د.س، ص385).

2.2. النتائج العلمية في الدراسات الإعلامية:

تمثل النتائج في البحث الأكاديمي دليلا قاطعا على ما يقدمه الباحث من جهود حيث تعد ثمرة مجهوده في البحث والتنقيب عن المعلومات والاختيار المنطقي بين الإجابات التي قد يصل إليها، إلا أنها يجب أن تكون نتائج تتوافق مع طبيعة بحثه، تعد النتائج مقياسا ومعيارا مهما لمقيمي البحث، فقد يلجأ المقيّم في العديد من الحالات إلى قراءة النتائج قبل العناصر الأخرى ل:

- النتائج تعد حوصلة لما تقدم وهي امتداد لكل المعلومات التي تمت معالجتها وتحليلها، كما تعد هذه النتائج التي يتوصل إليها الباحث بمثابة المرحلة التي تمهد للمقترحات والتوصيات التي قد يدلي بها الباحث.
- تساهم النتائج في وضع المقارنة أو المقارنات بين طبيعة المشكلة وما توصل إليه الباحث من حلول أو نتائج، وبالتالي المقارنة بين المعارف قبل الدراسة وما تعلمه وتوصل إليه وتعرف عليه بعد نهاية الدراسة، وترتبط نتائج البحث العلمي بكل الخطوات السابقة، لذا تعد خطوة فاعلة في سبيل استكمال الدراسة أو البحث.

وهنا المطلوب هو التوصل إلى نتائج، تكون بمثابة أحكام قابلة للتطبيق عمليا وفي الوقت ذاته تبدو قابلة للتعميم، عندما تتكرر دراسة الظاهرة نفسها أو موضوع الدراسة نفسه، فكلما توافرت شروط الجدية والدقة والصرامة في البحث العلمي، تأتي النتائج قريبة أكثر من حقيقة الظاهرة المدروسة، وطبيعي أن تتصف النتائج بالسطحية والضعف وعدم النضج عند مخالفة هذه الشروط وتبدو المصطلحات والمفاهيم غير دقيقة، ويمكن أيضا أن ينتج عن هذه الوضعية تحيز الباحث لوجهات نظر لا تعتمد على أدلة وبراهين علمية لتأكيداتها، فتبدو على شكل تخمينات أو انطباعات شخصية، فعوامل أخرى كالعجلة في الكتابة والتحرير والذهنية غير العلمية والاهتمام بالمعلومات الفرعية أي الثانوية دون مراعاة المعلومات الأساسية سيؤدي إلى نتائج بعيدة عن منطقة التركيز في البحث. (بوحوش عمار وآخرون، 2019، ص83).

فدراسات الإعلام أو الدراسات الإعلامية هي اختصاص ومجال دراسة يبحث في محتوى وتاريخ وأثار وسائل الإعلام المختلفة، ولا سيما الإعلام الجماهيري. بالإضافة إلى مجالات علمية أوسع، قد تعتمد دراسات الإعلام على تقاليد مستمدة من كلا العلوم الاجتماعية والإنسانية، إلا أن معظمها مأخوذ من تخصصاتها الأساسية في الاتصالات الجماهيرية والاتصال ودراسات التواصل. كما ويمكن للباحثين في مجال الإعلام أن يعملوا على توظيف وتطوير نظريات وأساليب من تخصصات مثل الدراسات الثقافية والبلاغة والتي تتضمن البلاغة الرقمية والفلسفة، النظرية الأدبية، علم النفس، العلوم السياسية، الاقتصاد السياسي والاقتصاد، علم الاجتماع، علم الإنسان، النظرية الاجتماعية، تاريخ الفن والنقد ونظرية الفيلم والنظرية النسوية ونظرية المعلومات. (<https://bit.ly/3jB1bmw>)

تظهر المسؤولية الأخلاقية للباحث في العديد من المحطات المنهجية والإجرائية وذلك أثناء قيامه بالبحث خاصة في خضم عملية استخلاص النتائج العلمية، فالاستغناء عن الجوانب النفسية والعاطفية في البحث العلمي برمته يتطلب شجاعة كبيرة من قبل الباحث، والسبب هنا هو أن أي ميول نفسي أو ذاتي للباحث سيؤدي بالضرورة إلى انحراف منهجي ومعرفي للدراسة أو البحث، ومن خلال ما سبق فإن الحفاظ على قيمة هذه النتائج العلمية خاصة في الدراسات الإعلامية والاتصالية يتوقف على محاولة تثمينها وتعليلها بباقة من الحلول والتوصيات وذلك عن طريق اقتراح مجموعة من البدائل التي يمكن تجسيدها على أرض الواقع وقبولها من قبل الأوساط العلمية.

3. المحور الثالث: البيئة الاجتماعية وتأثيرها على موضوعية النتائج العلمية في تخصص الإعلام والاتصال.

البيئة الاجتماعية بالإنجليزية Social environment هي المحيط الذي تحدث فيه الإثارة والتفاعل لمن يعيش في ظلّه من أفراد المجتمع. وتتضمن مكونات أو انساق عديدة منها افراد وجماعات ومؤسسات إلى جانب الأسرة حيث يكون لكل منها ارتباط بما يمتلكه الانسان من سلوكيات قد تكون ايجابية أو سلبية.

وهناك العديد من التعريفات لعلماء الاجتماع للبيئة الاجتماعية و منها: تعريف أحمد زكي بدوي: بأنّها تلك البيئة التي تشكّل النظم والقواعد والقوانين واللوائح والعادات والتقاليد والقيم والمعايير والأعراف أو العلاقات الاجتماعية واللغة والدين والأوضاع الاقتصادية و النظم السياسية والتعليم والأعلام والفنون والآداب والظروف الصحية، و عوامل البيئة مترابطة جميعها مع بعضها البعض، ومؤثرة في الإنسان وتتاثر فيه. في حين عرفها آخرون بأنّها ذلك الوسط الاجتماعي الذي يمارس فيه الإنسان مختلف أنشطته حياته اليومية ويشمل هذا الإطار الكائنات الحية كافة من حيوان ونبات وإنسان فتستمر علاقة الإنسان بالبيئة المحيطة به من نبات وحيوان وموارد وثروات. كما تشير البيئة الاجتماعية إلى البيئة المادية والاجتماعية المباشرة التي يعيش فيها الناس أو يحدث فيها شيء ما أو يتطور فيه. ويشمل الثقافة التي تعلم الفرد أو يعيش فيها، والأشخاص والمؤسسات الذين يتفاعلون معهم. يتضمن مفهوم البيئة الاجتماعية:

. الجوانب المادية: التي تمثل المباني، الشوارع، المناطق الصناعية والزراعية ومجال العمل .

. الجوانب الاجتماعية: تشمل العلاقات الاجتماعية بين الأفراد والجماعات والمؤسسات التي يتعامل معها الفرد بما تمثله من أسرة وأصدقاء وكذلك المؤسسات التعليمية وجماعة العمل، دون أن ننسى مجموعة القوانين والعادات والتقاليد التي يلتزم بها الفرد في بيئته الاجتماعية بشكل عام وما يمكن أن يضيفه سواء بالضرر أو بالنفع. (<https://bit.ly/3kxTkHm>)

ولهذا تختلف العلوم الطبيعية عن العلوم الاجتماعية في العديد من الجوانب. فالعلوم الطبيعية دقيقة جدا ومحددة ومستقلة عن الشخص الذي يقوم بعمل الملاحظات العلمية. على سبيل المثال، فإن التجربة العلمية **scientific experiment** في الفيزياء مثل قياس سرعة الصوت من خلال وسط معين أو قرينة انكسار الضوء يتعين أن ينتج عنها نفس النتائج بغض النظر عن زمن أو مكان التجربة، أو الشخص الذي يقوم بإجراء التجربة. وفي حالة حصول تلميذين يجريان نفس التجربة الفيزيائية على قيم مختلفة لتلك الخصائص الفيزيائية، فإن ذلك يعني بوجه عام أن أحد هذين التلميذين أو كليهما يجب أن يكون مخطئا. وعلى الرغم من ذلك، فإنه لا يتعين قول نفس الشيء فيما يتعلق بالعلوم الاجتماعية التي تدرس البيئة الاجتماعية تكون أقل دقة وتحديدا أو أكثر غموضا. على سبيل المثال، فإذا كنت تقوم بقياس سعادة الشخص من خلال نفس أداة القياس، فإنك قد تجد أن نفس الشخص يكون أكثر أو أقل سعادة (أو حزين) في أيام مختلفة أو في بعض الأحيان في مختلف الأوقات على مدار اليوم الواحد. على الأخبار التي يتلقاها الشخص في هذا وقد تختلف سعادة الإنسان بناء اليوم أو الأخبار التي تنتهي إلى مسامعه على مدار اليوم. علاوة على ذلك، فإنه لا يوجد أداة أو مقياس فردي يمكن أن يقيس بدقة سعادة الشخص. ومن ثم، يمكن لأداة واحدة أن توضح أن الشخص «أكثر سعادة» بينما تجد الأداة الأخرى أن نفس الشخص «أقل سعادة» في نفس اللحظة. وبطريقة أخرى، فإنه يوجد درجة مرتفعة من خطأ القياس error measurement في العلوم الاجتماعية ودرجة كبيرة من الشك والقليل من الاتفاق حول قرارات سياسة العلوم الاجتماعية. على سبيل المثال، فإنك لن تجد الكثير من الاختلافات بين علماء العلوم الطبيعية فيما يتعلق بسرعة الضوء أو سرعة دوران الأرض حول الشمس، بيد أنك ستجد العديد من الاختلافات بين علماء الاجتماع حول كيفية حل مشكلة اجتماعية مثل الحد من مشكلة الإرهاب العالمي أو إنقاذ الاقتصاد من التداعي والركود. ويتعين على كل طالب يقوم بدراسة العلوم الاجتماعية أن يكون خبيرا ومتمرسا في التعامل مع مستويات مرتفعة جدا من الإبهام والشك والخطأ الذي يقع مع مثل تلك العلوم والتي تعكس فقط التنوع الكبير للأغراض الاجتماعية. (أنول باتشيرجي، ترجمة. خالد بن ناصر آل حيان، 2015، ص16-17.)

. موضوعية النتائج العلمية في تخصص الإعلام والاتصال:

مقومات التوصل للنتائج العلمية في بحوث الإعلام والاتصال

بسبب اتساع العلاقة بين وسائل الإعلام ووحدات المجتمع وآليات عملها، والتي فرضت على الدارسين أن يتوسعوا في وضع البناءات والقياسات العلمية في هذا المجال. وإزاء ما تقدم فإن معرفة حدود الإشكالية العلمية وتقديم صورة واضحة تخدم الدراسات الإعلامية وسياقاتها المتنوعة يحتاج إلى الكثير من الأدوات الاستطلاعية القادرة تجويد نوعية البحوث والنتائج العلمية في تخصص الإعلام والاتصال .

ومنه فإن الباحث يقف بين تقديم نتائج موضوعية التي تتعامل مع الظاهرة، على أنها أشبه بالآلات أو المعادلات الرياضية التي تندر فيها الإضافات الفكرية أو إصدار الأحكام، وبين تقديم نتائج موضوعية أقل حدة في التعامل، بما يمكن للباحث إبداء الرأي العلمي المناسب، عندما يحتاج موضع معين لذلك.

وتظهر هذه المشكلة في الغالب، في البحوث الإنسانية والاجتماعية، لاسيما بحوث الإعلام. إذ ترتبط الأخيرة بميدان واسع ومعقد، ينساق على المجتمع وعلاقاته الشائكة فيما بينه، ومع الظواهر المتنوعة التي تحدث فيه. وهنا تظهر الاحتمالية والنسب والاستنباط والقياس المنطقي واضحة، على عملية التناول النظري والتطبيقي والنتائج المتعلقة بذلك. كل ذلك دفع الباحثين باتجاهات وسياقات متفاوتة. لذا تفرض أهمية وحاجة هذا البحث ذاتها على جميع في العلوم الإنسانية وبالأخص علم الإعلام الجماهيري وعلى العاملين في مؤسسات الإعلام والثقافة ومن ثم تظهر تأثيراتها على المجتمع ونهضته. (رائد حسين عباس الملا، 2010، ص 27-28)

وتعتبر النتائج من أهم أجزاء خطة البحث في الإعلام، وهي عبارة عن فقرات تُعبر عن خلاصة البحث، ويكون ذلك في ضوء المعلومات التي تم تدوينها في محتوى البحث، وكذلك في ظل البيانات التي يحصل عليها الباحث من التحليل الإحصائي في حالة استخدامه لأداة من أدوات البحث العلمي والتي تتمثل في الاستبيان أو الملاحظة أو المقابلة.

تعد البيئة الاجتماعية من المعايير التي تساعد على ازدهار العلوم أو تراجعها فمن البديهي أن البيئة التي تحتضن العلوم وتمجدها هي التي تتسم بالقبوامة والحضارة والقدرة على صناعة التاريخ والأجداد، فالإعلام عنصر محوري ضمن مقاييس التفاعل الاجتماعي فهو النسق الوحيد الذي يساعد على تنظيم العلاقات التفاعلية بين الأنساق الاجتماعية، حيث أن موضوعية النتائج العلمية في حقل الإعلام والاتصال وخلوها من الزيف والمحاباة سيساهم بطريقة مثالية في فهم متطلبات المجتمع بكافة أبعادها السياسية والاجتماعية وحتى النفسية، والنتيجة هنا أن تسهيل عملية القيام بالبحوث العلمية وتدعيمها داخل البيئة الاجتماعية واستشعار أثرها وفعاليتها في حل المشكلات العديدة التي تعكر صفو الحياة اليومية للفرد كفيل بالرفع مستويات الوعي العلمي والمعرفي لدى المجتمع بأهمية النتائج العلمية الموضوعية في تحسين الظروف المعيشية ككل.

4. المحور الرابع: صعوبات وتحديات صياغة النتائج العلمية:

تعاني أغلب البحوث العلمية من تجاوزات كثيرة خاصة في الدول المتخلفة ما يؤثر سلبا على مظاهر الإبداع والتطوير العلمي ويعطل كذلك مساعي التنمية ويعرقل سير المشاريع الاقتصادية الحساسة التي يتحقق بفضلها الرخاء الاجتماعي وأيضا الاكتفاء الذاتي وبالتالي حماية الأمن القومي والمقومات الحضارية، فالإرادة السياسية هي الكفيلة بمراقبة الحركة العلمية وتجسيدها بشكل واقعي ومباشر عن طريق الابتعاد عن سياسة التسويف والمماطلة والتي تعتبر من أكبر التحديات التي تواجه البحث العلمي في هذه البلدان، وعلى ضوء كل هذه المشكلات سنعمل على تحديد ملامح الدراسات العلمية مستقبلا في ظل التمييع الممنهج للنتائج العلمية والاستغلال السياسي لأبحاث الإعلام والاتصال والتي أثرت على قدرات الباحث في فهم وتفسير الظاهرة الإعلامية من أجل تطهيرها وتوجيهها بما يخدم مصالح الفرد والمجتمع، فالتقليل من قيمة النتائج العلمية في ميدان الإعلام والاتصال وعدم الاهتمام بأثرها على الجماهير والفئات الاجتماعية قد يفتح الباب أمام التأويلات والنقاشات غير المتخصصة والتي يمكن أن تفهم بشكل خاطئ من قبل أطراف واسعة من المجتمع أو يتم استغلالها سياسيا من أجل تمرير مشاريع معينة ذلك أن توظيف الاستنتاجات العلمية من التقنيات المعروفة التي تستخدمها الأنظمة السياسية في ممارسة السلطة على الشعوب والتحكم فيها سواء بالسلب أو بالإيجاب.

مقومات التوصل للنتائج العلمية في بحوث الإعلام والاتصال

إن تجميع نتائج البحث العلمي يترك انطبعا سيئا لدى عامة الناس الأمر الذي يخلق نوعا من الشك والامتناع من مدى مصداقية وجدوى هذه النتائج وفعاليتها كذلك في حل الآفات الاجتماعية المختلفة وتحسين المستوى المعيشي للأفراد والجماعات، فالعلم كأطروحة هو الوحيد المخول له ملاحظة الظواهر وتحليلها بشكل منطقي خالي من الزيادة أو النقصان وهذا ما يتطلب في الأساس مراعاة الجدية في دراسة الظواهر مهما اختلفت أسبابها ومصادرها، حيث أن مستقبل الدراسات الإعلامية مقترن في حقيقة الأمر ببذل المزيد من الجهود الأكاديمية من قبل الفاعلين والمتخصصين في علوم الإعلام والاتصال بهدف جعل هذا العلم واحدا من العلوم الأساسية الواجب الاستعانة بها جنبا إلى جنب مع باقي الفروع المعرفية الأخرى، لكن لا يمكن بلوغ هذا المبتغى دون البحث عن مواطن الارتكاز التي ترفع من قيمة النتائج العلمية على مستوى هذا التخصص وتؤكد على مكانته بين مختلف العلوم كعتلة اجتماعية واقتصادية مهمة في توطيد البنى التحتية للدول، فالاستمرار في تحجيم البحوث العلمية والنتائج المتوصل إليها في هذا الميدان وحصرها فقط كإجراءات إدارية وأكاديمية سيقضي لا محالة على جودة ومردودية هذه النتائج.

ويعتبر الاستغلال السياسي للنتائج العلمية من المعضلات التي تؤرق الباحثين والعلماء وتقتل الروح العلمية لديهم، فتوظيف هذه الجهود العلمية وتوجيهها خارج سياقها الأصلي يضر بسمعة الباحث والمؤسسات العلمية من جهة ومن جهة أخرى يشكل صورة ذهنية خاطئة عند عامة الشعب بضرورة هذه الهيئات الأكاديمية وأهميتها في الحياة الاجتماعية السبب الذي يشجع ظاهرة هجرة الأدمغة نحو الخارج، فقد تكون هذه النتائج العلمية مفيدة لفهم الظاهرة لكن عملية تسييسها قد تعقدها أكثر وتجعلها غير قابلة للإسقاط أو حتى للمناقشة إلا بعد مرور فترة زمنية كبيرة جدا، فهذا وارد الحدوث خاصة إذا ما اطلعنا على بعض المحطات التاريخية التي قدمت نماذج حية حول الاضطهاد السياسي والديني الذي تعرضت له المعارف والأفكار والتي كانت تهتم بإثارة الفتن تارة والزندقة والكفر تارة أخرى، وبالرجوع إلى مستقبل النتائج العلمية للدراسات الإعلامية والاتصالية في ظل الاستغلال السياسي يمكن القول أنه لا مجال للحديث عن هذه البحوث دون تطوير أساليب بحثية جديدة تلي مقتضيات العصر وتتلاءم مع خصائص الظاهرة الاتصالية ذات الجوانب الافتراضية بالإضافة إلى المطالبة بالاستقلالية أكبر في القيام بالبحوث العلمية وحمايتها من كل المظاهر السلبية للاستغلال السياسي والإعلامي للنتائج والدراسات.

. النتائج ومناقشتها:

انطلاقا مما تقدّم عرضه في هذا الموضوع نستخلص مجموعة من النتائج التي توصل إليها الباحث في ظل توفر المؤشرات الأساسية التي تم استنباطها بواسطة الاستعانة بالملاحظة العلمية البسيطة لموضوع البحث، والتي تمثلت في نماذج من المقومات الواجب مراعاتها في عملية التوصل للنتائج العلمية في بحوث الإعلام والاتصال، وأيضا تلك التي تم تحديدها في كل من الكتب والدراسات السابقة، وتمثلت النتائج المتوصل إليها في ما يلي:

. النتائج العلمية في دراسات الإعلام والاتصال لا يمكن تعميمها على كافة المجالات الإنسانية والزمنية والبيئية، باعتبار أنها تفتقر للكثير من الأدوات التجريبية المستحدثة في ميادين البحث العلمي.

. تواجه البحوث الإعلامية العديد من الصعوبات والمتعلقة أساسا بتعقيدات الظاهرة الإعلامية وتفاعلها مع مجموعة من العناصر الاجتماعية الأخرى والتي تجعل من النتائج العلمية غير مقنعة في الكثير من الأحيان.(صعوبة البرهنة والاستدلال)

. أغلب النتائج البحثية التابعة لحقل الإعلام والعلوم السياسية في الدول النامية تتسم بالحساسية ذلك أنها تتناول المواضيع التي تمس المصالح العليا للسلطة وأصحاب النفوذ السياسي والاقتصادي، الأمر الذي يعرض أصحاب هذه الدراسات للخطر والابتزاز بسبب تصنيفها ضمن الأبحاث الإعلامية ذات الخلفيات الاستقصائية.

. الكثير من المذكرات والمقالات العلمية ضمن تخصص الاتصال والفروع العلمية الأخرى تحتوي على مجموعة من الاستنتاجات العامة بشكل اجرائي وروتيني فقط، لا يراد من ورائها تأطير المشكلة وتفسيرها والدليل أنه لا يتم إلحاق هذه النتائج بالمقترحات والتوصيات إلا في حالات قليلة.

مقومات التوصل للنتائج العلمية في بحوث الإعلام والاتصال

. المسؤولية الأخلاقية للباحث تبقى المعيار الوحيد لمعرفة أهمية وجودة النتائج العلمية المتوصل إليها في بحوث الإعلام والاتصال وباقي الدراسات المعرفية. (إلزامية التحلي بالأمانة والنزاهة العلمية)

. الأساليب الرياضية والإحصائية تبقى غير مستعملة بالشكل المطلوب في صياغة الاستنتاجات العامة ضمن الدراسات الإعلامية والاتصالية ما يلغي الصفة المجردة للنتائج العلمية، وهذا نتيجة لاكتفاء الباحثين في هذه الحقل بالقيم الكيفية والنظرية فقط. وعلى ضوء هذه النتائج العلمية المتوصل إليها يجب البحث عن الحلول والاقتراحات الكفيلة بمعالجة هذه الاشكالية وذلك من خلال ما يلي:

. بما أن بلوغ النتائج العلمية يرجى منه أن تعم الفائدة على الجميع فإن أول ما يهدد هذه الخطوة هو الصراع المضني بين المراجع والتخصصات العلمية، والذي جعل من البحث العلمي حلبة للنزاع الإيديولوجي العقيم، الأمر الذي يجعلنا نؤكد على تناسقية العلوم وانسجامها فالتكامل أساس المعرفة بينها.

. يجب العمل على إعادة هيكلة المنظومة المنهجية وتطويرها في مختلف العلوم الإنسانية والاجتماعية من أجل خلق جسور جديدة تساعد على الانفتاح على العلوم المختلفة وهذا من خلال ابتكار توأمة ومشاريع بحثية مشتركة في مراحل ومستويات الدراسات العليا.

. ضرورة توسيع دائرة المعادلات والعلاقات الرياضية المستخدمة في البحوث الإعلامية والاتصالية خاصة في الدراسات الكمية ذات الدلالات الإحصائية وهذا حتى يكون بلوغ النتائج واضح ويتصف بالواقعية والتنظيم، فتكوين طلبة علوم الإعلام والاتصال على الاستعانة بما توفره الرياضيات من أساليب وطرق حسابية سيمكن من تعويدهم على هذه العمليات الإحصائية السابق ذكرها وتطوير مهاراتهم في برهنة وتعليل النتائج العلمية وفق القواعد الرياضية.

. التركيز على ترسيخ أخلاقيات البحث العلمي في الأوساط الأكاديمية بهدف مواجهة ظاهرة تزيف المعلومات وقولبة النتائج العلمية وتنميطها، وأيضا الابتعاد عن الممارسات غير الشرعية في البحث كالسرقة العلمية وتسييس الإنجازات والاكتشافات العلمية.

. تفادي كل الأسباب والمؤشرات التي تشير إلى وجود نوع من التقليد في الاستنتاج وهذا فيما يتعلق مثلا بتقليد بعض الاشكاليات العلمية المتوفرة ضمن الجامعات والمصادر الغربية والتي يمكن أن تؤدي إلى بلوغ نفس النتائج وبالتالي افتقاد روح التساؤل والشغف العلمي عند الباحث في محاولته بلوغ النتائج العلمية.

خاتمة

تبقى النتائج العلمية محور اهتمام الأبحاث والعلوم عبر العصور فإمكانية بلوغ هذه الاستنتاجات يتوقف على الخلفية الإبيستيمولوجية لهذه الأبحاث، ومن المسائل التي يجب الإشارة إليها هو أن الحصول على النتائج العلمية في بحوث الإعلام والاتصال يعتمد على دقة المعلومات والبيانات المجمع من قبل الباحث إضافة إلى نوعية أدوات جمع البيانات واختلافها عن بعضها البعض، فتوفر هذه الشروط يساعد على الأقل في الضبط النسبي للظاهرة الإعلامية والإنسانية الغير مستقرة، ومن مميزات الدراسات الإعلامية كذلك أنها تتصف بالتجدد والتغير ما يجعلها متاحة للدراسة والتقصي في كل مكان وزمان خاصة في ظل التطور التكنولوجي السريع للوسائط الإعلامية والاتصالية، حيث يعتبر هذا التقدم المهر في تكنولوجيا المعلومات واحدا من الأسباب التي أثرت بطريقة أو بأخرى على صلاحية النتائج العلمية وجدتها في علوم الإعلام والاتصال، كل هذه المستجدات تستوجب إعادة النظر في بعض الإجراءات المنهجية التقليدية التي يمكن الاستغناء عنها بشكل جزئي أو مطلق وفي المقابل يجب البحث عن آليات وطرق دراسية جديدة ومختلفة تماما عن ما هو متعارف عليه عند أصحاب المدرسة الكلاسيكية في المنهجية (ثورة منهجية جديدة)، فالهدف من وراء هذا الاقتراح هو بناء نوع من التكامل بين القديم والمنهجيا في عملية التوصل للنتائج العلمية في بحوث الإعلام والاتصال.

المراجع

1. . موقع مبتعث، (د.م) (2019)، نتائج البحث العلمي وطريقة كتابتها، أطلع عليه يوم: 2020/09/22 على الرابط التالي: <https://bit.ly/34RWU8S>
2. حنان بشته، نعيم بوعموشة (2018)، البحث العلمي في الجامعة الجزائرية بين المفهوم النظري والممارسة الأكاديمية، مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع – جامعة جيجل، العدد الأول، ص148.
3. بوعزيز بوبكر(2018)، محاضرات في مقياس مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، ، قسم علوم الإعلام والاتصال، ص 35.
4. سعيد جاسم الأسدي(2008)، أخلاقيات البحث العلمي، مؤسسة وارث الثقافية، البصرة، العراق، ط2، ص12-13.
5. رشا علي البارودي(د.س)، أخلاقيات البحث العلمي في العلوم الانسانية، كلية الآداب، جامعة الخرطوم، السودان، ص 06.
6. محمد أحمد بابكر(د.س)، القيم الأخلاقية للباحثين في الاقتصاد الإسلامي، جامعة أم درمان الإسلامية، قسم الإقتصاد، ص385
7. بوحوش عمار وآخرون (2019)، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، ، ص83.
8. موقع ويكيبيديا، (د.م) (2020)، دراسات الاعلام، أطلع عليه يوم: 2020/09/19 على الرابط التالي: <https://bit.ly/3jY4uEZ>
9. موقع ويكيبيديا، (د.م) (2020)، بيئة اجتماعية، أطلع عليه يوم: 2020/09/19 على الرابط التالي: <https://bit.ly/3iZL01q>
10. أنول باتشيرجي، ترجمة: خالد بن ناصر ال حيان(2015)، بحوث العلوم الاجتماعية، جامعة جنوب فلوريدا، الولايات المتحدة الأمريكية، ط2، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ، ص16-17.
11. رائد حسين عباس الملا(2010)، حدود الرأي العام في بحوث الإعلام الجماهيري، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 10، الجامعة المستنصرية، كلية التربية الأساسية، ص 27-28.