



## تحولات روش شناسانه علوم ارتباطات از روش‌های با مقیاس خرد به روش‌های با مقیاس کلان: نقش فناوریهای مدرن اطلاعاتی در تغییر شکل گردآوری اطلاعات و حجم داده‌ها

دکتر سید رضا نقیب السادات<sup>۱</sup>

### چکیده:

قابلیتهای اخیر فراهم شده در عرصه فناوریهای مدرن ارتباطی و اطلاعاتی به لحاظ حجم اطلاعات و شتاب گردش اطلاعات، جدای از اینکه ظرفیتهای بالای اطلاعاتی را فراهم می‌نماید- و البته اضافه بار اطلاعاتی را نیز در شبکه تولید و توزیع اطلاعات فراهم می‌آورد- برای پژوهش در محتوی و مضامین موجود در این اطلاعات دیگر روش‌های گذشته چندان پاسخگوی این مقیاس نیست. ابداعات اخیر در روش‌های تحقیق روش‌هایی را برای پژوهش ارائه نموده است که قابلیت‌های ارزیابی حجم بالای اطلاعات را دارد و مقیاس از عوامل فردی و خرد به کلان تغییر یافته است. کلان روشها در بردارنده مجموعه‌ای از رویکردها، روشها و تکنیکهای آنها است که زمینه ساز پژوهش در اطلاعات پر حجم امروز تولید شده از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی جدید است. این پیشرفت‌های جدید و هیجان‌انگیز مزایای قابل توجهی از نظر سرعت، دسترسی و کاهش هزینه‌های اقتصادی ارائه می‌دهند. در این روش شناسی نوین هر دو پارادایم کمی و کیفی برای پژوهش وجود دارد. برخی از روش‌های قابل طرح در این عرصه عبارتند از: تحقیقات برخط، پیمایش‌های اینترنتی، تحلیل موضوعی شبکه، وب کاوی و.....

در این مقاله در صددیم تا پیشرفت روش‌های تحقیق با فناوری‌های جدید، کاربردها و سودمندی فناوری‌های جدید را اجرای تحقیقات و همچنین مشکلات این روش‌ها را در چارچوبی دانشگاهی بررسی کنیم.

واژگان کلیدی: فناوریهای مدرن، خرد روش و کلان روش، تحولات روش شناسانه علوم ارتباطات

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

<sup>۱</sup> عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی، گروه روابط عمومی، naghibusadat@yahoo.com



## الف) مقدمه:

در ابتدای این مقاله برخی از موارد ارتباطی رویکرد واقعی تکامل جامعه انسانی را در مقایسه با ارتباطات سنتی برجسته می‌کنیم. در طول تاریخ ارتباطات به ماقبل تاریخ می‌رسد، با تغییرات قابل توجهی در فن آوری‌های ارتباطی (رسانه‌ها و ابزارهای کتیبه مناسب) که همزمان با تغییرات در سیستم‌های سیاسی و اقتصادی، و در نتیجه، سیستم‌های قدرت (اینیس، ۱۹۵۱) تکامل می‌یابند. از فرآیندهای بسیار ظریف مبادله، تا مکالمات کامل و ارتباطات جمعی. ارتباطات انسانی تقریباً ۱۰۰۰۰۰ سال پیش با گفتار متحول شد، نمادها در حدود ۳۰۰۰۰ سال پیش (دیرینگر، ۱۹۸۲) و نگارش حدود ۵۰۰۰ سال پیش، با تعریف ارسطو برای اولین بار برخی از معیارهای ارتباط، فیلسوفان شگفت‌انگیز مانند کانت، هگل، ویتگنشتاین، هاید، توسعه یافتند. گادامر مبانی ارتباطات را توسعه داد، سپس در قرن بیستم، ارتباطات به عنوان علم تعریف شد که همه علوم، کل جهان را در بر می‌گیرد، زیرا در واقع "ارتباط نگرفتن غیرممکن است" (اولین اصل ارتباط). این تکامل از پیام‌های ساده، سخنرانی‌ها، شعرها، رمان‌ها به گفتمان‌های پیچیده، کاهش زمان پاسخگویی، تأکید بر بخشی از پیام‌رسانی، مشارکت گسترده، شامل رسانه‌ها، تکنیک‌های متقاعدسازی، صدا و تصویر در پیام منتقل شد، همه این‌ها به ارتباطات به شکل ویروسی منتقل می‌شوند.

تحولات شگرف این عرصه در توسعه ارتباط، توسعه پژوهش‌های مرتبط با آنرا نیز در بر می‌گیرد. سرعت این تحولات، شتاب در تغییرات اجتماعی را به همراه می‌آورد و این امر نیز خود به اطلاعاتی شدن بیشتر جامعه رقم می‌زند. با این تحولات و حجم انبوه تولیدات رسانه‌ای، روش‌های پیشین پاسخگویی نیاز به درک کردن و شناختن این تحولات، نیست؛ لذا تغییرات اخیر در حوزه پژوهش‌های ارتباطی، تغییر از خرد روشها به سمت کلان روشها است.

## ب) روندها و نوآوری‌های فعلی در روش‌ها و ابزارهای آنلاین تحقیق در ارتباطات چیست؟

تحقیقات ارتباطات آنلاین یک زمینه پویا و میان رشته‌ای است که چگونگی تعامل، همکاری و تأثیر افراد بر یکدیگر را از طریق فناوری‌های دیجیتال بررسی می‌کند. همانطور که ارتباطات آنلاین رایج تر و پیچیده تر می‌شود، محققان باید روش‌ها و ابزارهای خود را برای جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌های غنی و متنوع در دسترس تطبیق داده و نوآوری‌های مقتضی در این عرصه را عرضه کنند. در این مقاله، برخی از گرایش‌ها و نوآوری‌های رایج در روش‌ها و ابزارهای تحقیق ارتباطات آنلاین و اینکه چگونه می‌توانند به ما در انجام مطالعات مؤثرتر و اخلاقی‌تر کمک کنند، مورد بحث قرار می‌دهیم.

## ۱ روش‌های ترکیبی<sup>۲</sup>

یکی از گرایش‌های فعلی در تحقیقات ارتباطات آنلاین، استفاده از روش‌های ترکیبی است که رویکردهای کمی و کیفی را برای پرداختن به جنبه‌های مختلف یک سؤال تحقیق ترکیب می‌کند. روش‌های ترکیبی می‌توانند به محققان

<sup>۲</sup>Synthesis methods



کمک کنند تا داده‌ها را از منابع متعدد، نظیر نظرسنجی‌ها، مصاحبه‌ها، مشاهدات و پلتفرم‌های آنلاین<sup>۳</sup> جنبه کرده و درک جامع‌تر و دقیق‌تری از پدیده‌های آنلاین، ارائه دهند. برای مثال، یک مطالعه با روش ترکیبی می‌تواند با استفاده از نظرسنجی برای اندازه‌گیری حمایت و رضایت ادراک شده، مصاحبه برای کشف تجربیات و چالش‌ها، و پلتفرم‌های آنلاین برای مشاهده آن‌ها، بررسی کند که چگونه جوامع آنلاین حمایت اجتماعی و رفاه را در میان افراد مبتلا به بیماری‌های مزمن تعاملات و رفتارها را تقویت می‌کنند.

## ۲ روش‌های کامپیوتری<sup>۳</sup>

گرایش دیگر در تحقیقات ارتباطات آنلاین، استفاده از روش‌های کامپیوتری است که شامل کاربرد علوم رایانه و ریاضیات برای تجزیه و تحلیل مجموعه‌های داده‌ای در مقیاس بزرگ و پیچیده است. روش‌های محاسباتی می‌توانند به محققان کمک کنند تا الگوها، روندها و روابطی را کشف کنند که به راحتی توسط مشاهدات انسانی قابل تشخیص نیستند و بینش‌ها و فرضیه‌های جدیدی ایجاد کنند. به عنوان مثال، یک مطالعه روش کامپیوتری می‌تواند از پردازش زبان طبیعی و یادگیری ماشینی برای شناسایی احساسات، لحن و موضوعات مکالمات آنلاین و نحوه ارتباط آنها با نتایج آنلاین، مانند تعامل، متقاعد کردن، یا برخورد استفاده کند.

## ۳ روش‌های اخلاقی<sup>۴</sup>

سومین گرایش در تحقیقات ارتباطات آنلاین، استفاده از روش‌های اخلاقی است که شامل در نظر گرفتن پیامدهای اخلاقی و مسئولیت‌های انجام تحقیقات آنلاین است. روش‌های اخلاقی می‌تواند به محققان کمک کند تا به حقوق، حریم خصوصی و حیثیت شرکت‌کنندگان آنلاین احترام بگذارند و از آسیب‌ها و خطرات احتمالی اجتناب کنند. برای مثال، یک مطالعه روش اخلاقی می‌تواند از رضایت آگاهانه، ناشناس بودن و حفاظت از داده‌ها استفاده کند تا اطمینان حاصل شود که شرکت‌کنندگان آنلاین از هدف، رویه‌ها و مزایای مطالعه آگاه هستند و داده‌های آنها جمع‌آوری، ذخیره و به روش مناسب استفاده می‌شود.

## ۴ ابزارهای نوآورانه<sup>۵</sup>

همراه با روند روش‌های تحقیق ارتباطات آنلاین، نوآوری‌هایی در ابزارهای تحقیقاتی ارتباطات آنلاین نیز وجود دارد که فناوری‌ها و بسترهایی هستند که فرآیند جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها را تسهیل و ارتقا می‌دهند. ابزارهای نوآورانه می‌توانند به محققان کمک کنند تا به طور کارآمدتر و موثرتر به داده‌های آنلاین دسترسی پیدا کرده و آنها را مدیریت کنند و تجربیات پژوهشی جذاب و تعاملی بیشتری را برای شرکت‌کنندگان آنلاین ایجاد کنند. به عنوان مثال، یک ابزار

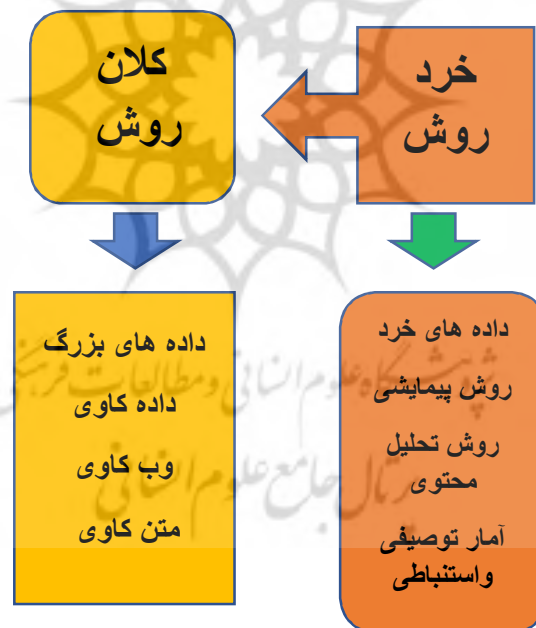
<sup>۳</sup>Computational methods

<sup>۴</sup>Ethical methods

<sup>۵</sup>Innovative tools



نوآورانه می‌تواند یک برنامه کاربردی مبتنی بر وب باشد که به محققان اجازه می‌دهد نظر سنجی‌ها، آزمون‌ها و بازی‌های آنلاین ایجاد و توزیع کنند و داده‌ها و بازخوردهای بلادرنگ را جمع‌آوری و یا تجسم کنند. تحقیقات ارتباطات آنلاین یک زمینه هیجان‌انگیز و در حال تحول است که فرصت‌ها و چالش‌های زیادی را برای محققان ارائه می‌دهد. با استفاده از روندها و نوآوری‌های فعلی در روش‌ها و ابزارهای تحقیق ارتباطات آنلاین، می‌توانید مطالعات دقیق و مرتبط تری انجام دهید که به پیشرفت تئوری و عمل ارتباطات آنلاین کمک می‌کند. تحولات اخیر اجتماعی بواسطه ظهور فناوریهای اطلاعاتی و ارتباطی، پدیدار شدن رسانه‌های اجتماعی و تولید انبوه پیام، همه در شکل و ماهیت اجرای پژوهش‌ها، تأثیری عمیق برجا گذاشت. به گونه‌ای که چرخشی عمده از خرد رو شها به سمت کلان رو شها پدیدار گشت. تغییر در حجم اطلاعات، پدیدار شدن واحد‌های اندازه‌گیری جدید حجم اطلاعات از گیگا بایت به ترا بایت، پتا بایت و اگزا بایت، اهمیت توجه به همه جانبه به این کلان داده‌ها را در مطالعات مختلف، بخصوص اجتماعی و ارتباطی بالا برد. عبارت دیگر نمی‌توان با مطالعه بخشی محدود، بخش‌های عمده یا بزرگتر را نادیده گرفت؛ در عین حال که فرایندهای قبلی نمونه‌گیری همچنان در اینجا نیز رواج دارد؛ اما حجم نمونه‌ها نیز بزرگ است و با روشهای خرد گذشته، امکان ارزیابی و پژوهش محدود می‌گردد.



نمودار ۱. تفاوت روشهای خرد روش و کلان روش

کسب دانش از هر دو گونه روش نکته‌ای اساسی است؛ لیکن مقیاس این موضوع تغییر نموده است. عبارت دیگر مقیاس‌های خرد به مقیاس‌های کلان تبدیل شده است. در مقیاس‌های خرد، اندازه‌ها کوچک و نمونه‌ها نیز تحت اختیار و کنترل محقق قرار داشت و اشراف همه جانبه، از ویژگیهای این نوع از پژوهش محسوب می‌شد، ضمن آنکه تغییر در اندازه نمونه، تابعی از خطاهای احتمالی بود که مبنای محاسبه حجم نمونه و تغییر در اندازه آن بود.



با افزایش حجم داده‌ها و تغییر به سوی رویکردهای کلان در تحقیقات، تحولاتی در روش‌ها و ابزارهای مورد استفاده محققان رخ داده است. در زیر به برخی از تغییرات و روش‌هایی که با ظهور داده‌های بزرگ و برخط شدن پژوهش‌ها به وجود آمده‌اند، اشاره می‌شود:

### ۱. تحلیل داده‌های حجیم (Big Data Analytics)

- استفاده از الگوریتم‌ها و تکنیک‌های پیچیده تحلیل داده جهت استخراج الگوها و اطلاعات مهم از داده‌های حجیم.

- ایجاد ابزارهای تحلیل داده خودکار و هوشمند به منظور سهولت در استفاده از داده‌های بزرگ.

### ۲. یادگیری ماشین و هوش مصنوعی:

- استفاده از الگوریتم‌های یادگیری ماشین برای پیش‌بینی و تحلیل بهتر داده‌ها.

- استفاده از هوش مصنوعی در ایجاد سیستم‌های خودکار جهت جمع‌آوری و تحلیل داده.

### ۳. متدولوژی‌های تحقیق چندروشی:

- استفاده از ترکیب متدولوژی‌های مختلف تحقیق، مانند ترکیب تحقیق کمی و کیفی یا ترکیب روش‌های کلاسیک با روش‌های جدید.

### ۴. پیشرفت در فناوری ارتباطی:

- توسعه ابزارهای ارتباطی آنلاین جهت اجرای تحقیقات از راه دور و تبادل داده با همکاران در سراسر جهان.

- استفاده از پلتفرم‌های ابری برای ذخیره و به اشتراک گذاری داده‌ها.

### ۵. متداول شدن استفاده از سنسورها:

- استفاده از سنسورها و دستگاه‌های پوشیدنی در جمع‌آوری داده‌ها و نظارت بر عوامل محیطی در زمان واقعی.

### ۶. ارتقاء مهارت‌های تحلیل داده:

- نیاز به توسعه مهارت‌های تحلیل داده و برنامه‌نویسی برای محققان.

- ضرورت آموزش مهارت‌های جدید و استفاده از دوره‌ها و منابع آموزشی آنلاین.

### ۷. حفظ حریم خصوصی و اخلاق تحقیقات:

- توسعه الگوریتم‌ها و راهکارهایی جهت حفظ حریم خصوصی در تحقیقات با داده‌های حساس.

- تأکید بر رعایت اصول اخلاق تحقیقات در زمینه مدیریت و استفاده از داده.

این تغییرات نشان از تطابق تحقیقات با چالش‌ها و فرصت‌های مطرح شده توسط تحولات فناوری و اطلاعات دارند. با تغییر در حجم اطلاعات مورد اربابی نظیر تعداد ایمیل‌هایی که در یک ساعت رد و بدل می‌شود یا توییت‌هایی که در یک روز انجام می‌شود و یا تبادلات گوناگونی که در انتقال پیام یا اطلاعات رخ می‌دهد، دیگر روش‌های مرسوم پیشین



پاسخگویی کسب دانش از این انبوه اطلاعات نیست و یا اگر از روشهای پیشین برای مطالعه این نوع از اطلاعات بهره گرفته می شود، جنبه ای محدود و بخشی کوچک از این موضوع مورد مطالعه قرار می گیرد و امکان نگاه کلان و دستیابی به الگوهای با مقیاس بزرگ امکان پذیر نیست. داده های بزرگ یا کلان داده ها Big Data بستری برای ظهور روشهای جدید تحقیق است.

تحولات اخیر در تولید انبوه اطلاعات و پیامها ضرورت حصول دانش Knowledge Extracting از این انبوه اطلاعات را محرز نموده است. در کنار این تغییر در روشها، تغییر در فنون و تکنیکها نیز رخ داده است. هر یک از روشهای جدید نوپدید، دارای مجموعه ای از فنون و تکنیکها برای جمع آوری و سازماندهی اطلاعات است. از دیگر زمینه های مورد تاکید در اینجا، امکان برخط شدن و استفاده روی خط از اطلاعات و داده ها و سرعت عملیات پژوهش در عین بالا رفتن دقت آن است. تحقیقات اخیر چه مبتنی بر پارادایم کمی و یا چه پارادایم کیفی، امکان برخط بودن، جهت اجرا را دارد. به لحاظ اجرای تحقیق نیز، دارای تحولاتی شده است:

### ج) فرایند اجرای پژوهش مبتنی بر کلان روش :

فرایند اجرای پژوهش با استفاده از کلان روشها، به عنوان یک رویکرد داده محور، شامل چند مرحله مهم است. در زیر، یک چارچوب کلی برای فرایند اجرای پژوهش با کلان روشها را مشاهده می کنید:

۱. تعیین هدف پژوهش:

  - تعریف مسئله: مشخص کردن سوالات تحقیقاتی و مسائلی که می خواهید با استفاده از کلان روشها بررسی کنید.
  - تعیین اهداف پژوهش: مشخص کردن اهداف کلان پژوهش و طراحی سوالات پژوهشی.

۲. جمع آوری داده:

  - انتخاب داده: تعیین نوع و منابع دادهها (مثل دادههای حجیم، دادههای متنی، دادههای آماری، و غیره).
  - جمع آوری دادهها: انجام فرایند جمع آوری دادهها از منابع مختلف.

۳. پیش پردازش داده:

  - تمیز کردن دادهها: حذف دادههای نامناسب، تکراری یا ناخواسته.
  - تبدیل و استخراج ویژگیها: تبدیل دادهها به فرمتها و ویژگیهایی که قابل تحلیل توسط الگوریتمهای کلان روشها باشند.

۴. انتخاب و اجرای مدلها:

  - انتخاب الگوریتمها: انتخاب الگوریتمها و مدل های کلان روشها بر اساس هدف پژوهش.
  - آموزش مدلها: اجرای آموزش الگوریتمها بر روی دادههای آموزشی.
  - ارزیابی مدلها: ارزیابی عملکرد مدلها بر روی دادههای ارزیابی و تنظیم مدلها.



۵. تحلیل و تفسیر نتایج:

- تحلیل داده‌ها: اجرای تحلیل و استخراج الگوها و اطلاعات از داده‌ها.
- تفسیر نتایج: تفسیر و توضیح نتایج به دست آمده و مقایسه با سوالات تحقیقاتی.

۶. نوشتن گزارش پژوهش:

- تدوین گزارش پژوهش: نوشتن گزارش کامل از مراحل پژوهش، روش‌ها، نتایج و تفسیر آنها.
- ارائه یافته‌ها: ارائه یافته‌ها به صورت قابل فهم و جلب توجه.

۷. تفسیر و کاربرد در عمل:

- تفسیر عملیاتی: تفسیر و تبیین اثرات و کاربردهای عملی حاصل از پژوهش.
- پیشنهادات: ارائه پیشنهادات برای کاربردهای آینده و تحقیقات بیشتر.

نکات مهم:

- تعیین تیم متخصص: همکاری با تیمی متخصص در زمینه‌های داده‌کاوی، یادگیری ماشین، و آمار برای موفقیت پژوهش ضروری است.
- رعایت اخلاق تحقیقات: ارائه پروتکل‌ها و راهکارهایی برای رعایت اصول اخلاقی در هنگام جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها یک الزام است.
- این فرایند می‌تواند متناسب با نوع پژوهش، مسائل مورد بررسی و الگوهای مورد استفاده تغییر کند. علاوه بر آن توجه به جزئیات و نقاط قوت و ضعف این گونه روشها باید مورد توجه محققان این عرصه قرار گیرد.



نمودار ۲. فرایند اجرای پژوهش با کلان روشها



#### د) تفاوتها و شباهتهای خرد روشها با کلان روشها :

مقایسه خرد روشها (روش‌های سنتی تحقیق) با کلان روشها (روش‌های داده‌کاوی و متن‌کاوی) نشان می‌دهد که هر کدام از این دسته‌ها دارای ویژگی‌ها و کاربردهای خاص خود هستند. در زیر، تفاوتها و شباهت‌های این دو دسته روش را مورد بررسی قرار می‌دهیم:

#### تفاوتها:

##### ۱. منشأ داده:

➤ خرد روشها: اطلاعات بیشتر از طریق م‌صاحبه‌ها، م‌شاهده میدانی، تحقیقات پیمایشی و تحقیقات کتابخانه‌ای جمع‌آوری می‌شود.

➤ کلان روشها: از داده‌های حجیم و متونی که به صورت آنلاین یا ذخیره شده‌اند، بهره‌می‌برند.

##### ۲. نوع داده:

➤ خرد روشها: بیشتر به داده‌های کم حجم و عمقی متمرکز هستند.

➤ کلان روشها: با داده‌های حجیم و اغلب بدون ساختار (Unstructured) سر و کار دارند.

##### ۳. مراحل تحلیل:

➤ خرد روشها: مراحل تحقیق معمولاً گام به گام و با دقت بیشتری انجام می‌شوند.

➤ کلان روشها: ممکن است فازهای مختلف تحلیل را همزمان انجام دهند و به صورت خودکار بسیاری از الگوهای مهم را استخراج کنند.

##### ۴. پردازش داده:

➤ خرد روشها: پردازش داده‌ها به صورت دستی یا با استفاده از ابزارهای محدودتر انجام می‌شود.

➤ کلان روشها: از الگوریتم‌ها و مدل‌های پیچیده تحلیل داده به صورت خودکار استفاده می‌کنند.

#### شباهت‌ها:

##### ۱. استفاده از تحلیل داده:

✓ هر دو دسته روش با هدف استخراج الگوها، اطلاعات مفید، و روابط مخفی در داده‌ها انجام می‌شوند.

##### ۲. استفاده از مدل‌های پیشرفته:

✓ هر دو دسته روش از مدل‌های پیچیده مانند شبکه‌های عصبی، الگوریتم‌های یادگیری ماشین، و الگوریتم‌های داده‌کاوی استفاده می‌کنند.

##### ۳. تاثیر در تصمیم‌گیری:

✓ هر دو دسته روش می‌توانند به اطلاعات مهم برای تصمیم‌گیری در مواقع مختلف منجر شوند.

##### ۴. نیاز به مهارت‌های تحلیل داده:





✓ هر دو دسته روش نیاز به مهارت‌های تحلیل داده و فهم عمیق از موضوع دارند.

## ۵. اهمیت در دنیای کسب و کار:

✓ هر دو دسته روش در جهت بهبود تصمیم‌گیری‌ها و شناخت بهتر بازار در دنیای کسب و کار اهمیت دارند.

## ۵) تغییرات ایجاد شده در حوزه پژوهش‌های ارتباطی رسانه‌ای

تغییرات فناوری و داده در حوزه پژوهش‌های ارتباطی و رسانه‌ای به عنوان یکی از حوزه‌های اصلی تحولات در علوم انسانی و اجتماعی مطرح می‌شود. این تغییرات باعث شده‌اند که روش‌ها و متدولوژی‌های پژوهش در این زمینه تحول یابند. در زیر، به برخی از تغییرات کلان در حوزه پژوهش‌های ارتباطی و رسانه‌ای اشاره می‌شود:

### ۱. انتقال به داده‌های بزرگ (Big Data)

❖ استفاده از داده‌های حجیم در تحلیل رفتارها و الگوهای مختلف مخاطبان و جمعیت.

### ۲. پژوهش در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی:

❖ مطالعه تأثیر رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی بر ارتباطات و اطلاعات عمومی.

❖ تحلیل پویا و تغییرات سریع در رفتارها و نظرات عمومی در فضای آنلاین.

### ۳. تحلیل محتوا با استفاده از هوش مصنوعی:

❖ استفاده از الگوریتم‌های یادگیری ماشین برای تحلیل محتوای رسانه‌ای و شناخت الگوهای آن.

### ۴. تغییر در روش‌های نظرسنجی و تحقیقات بازار:

❖ استفاده از پلتفرم‌های آنلاین و داده‌های زنده جهت تحلیل تغییرات سریع در نظرات مخاطبان.

❖ تحلیل رفتار مشتریان و مخاطبان به شکل دقیق‌تر و در زمان واقعی.

### ۵. بررسی تأثیرات اختلافات جنسیتی و فرهنگی:

❖ توجه به ابعاد جنسیتی و فرهنگی در تحلیل ارتباطات رسانه‌ای و اطلاعات عمومی.

### ۶. تحقیق در زمینه تأثیرات اخبار جعلی و اطلاعات کاذب:

❖ بررسی تأثیر اطلاعات جعلی و اخبار کاذب در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی.

### ۷. مطالعه تغییر در علایق عمومی و رفتار مصرفی:

❖ بررسی تغییر در علایق عمومی افراد و تأثیر آن بر رفتارهای مصرفی و اجتماعی.

### ۸. توجه به حریم خصوصی و اخلاق تحقیقات:

❖ افزایش توجه به مسائل حریم خصوصی در جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها.

### ۹. شناسایی الگوهای جدید ارتباطات و رسانه‌ها:



❖ تحلیل نقش محیط‌های مجازی و دیجیتال در ارتباطات جدید.

#### ۱۰. توسعه مدل‌های پیش‌بینی:

#### • استفاده از مدل‌های پیش‌بینی و تحلیل پیچیده‌تر در پژوهش‌ها.

این تغییرات نشان‌دهنده تنوع بیشتر در روش‌ها و موضوعات پژوهش در حوزه ارتباطات و رسانه‌ای است و به محققان امکان می‌دهد تا به صورت جامع‌تر و گسترده‌تر به موضوعات مختلف پژوهش بپردازند. با این حال، چالش‌هایی مانند مسائل اخلاقی و امانت داده، حفظ حریم خصوصی، و پیچیدگی تحلیل داده‌ها نیز به وجود آمده‌اند که نیازمند مدیریت دقیق توسط محققان است.

#### ز) روندهای جدید در تحقیقات ارتباطات:

**توصیف و زمینه‌های موضوعی:** تحقیقات در زمینه ارتباطات با رویکرد چند رشته‌ای آن مشخص شده است. این موضوع منتج به مکاتب، سنت‌ها و رویکردهای متعدد و در نتیجه در یک سلسله موضوعات مطالعاتی و تحقیقاتی با تنوع زیاد و گاهاً پراکندگی زیاد به عنوان یکی از ویژگی‌های اصلی آن شده است.

به عبارت دیگر، تحولی کلیدی در این زمینه در دهه‌های اخیر با افزایش تصاعدی تولیدات علمی و همکاری بین‌المللی بیشتر بین نویسندگان صورت گرفته است. تغییرات در آموزش ارتباطات، بالارفتن سواد اطلاعاتی و همچنین سواد رسانه‌ای، ارتباط زیادی با این تغییر داشته است، این موضوع با افزایش بسیار قابل توجهی در ارائه برنامه‌های آموزشی، همراه با تغییرات در مقررات دسترسی به حوزه‌های مختلف آموزش و البته رسته‌های تحقیقاتی مرتبط، بر توسعه تحقیقات تأثیر گذاشته و همچنان تأثیر گذار است.

بر این اساس، این مقاله، از جهتی، منعکس‌کننده چالش‌ها و فرصت‌های جدیدی است که پژوهش در حوزه ارتباطات با آن مواجه است و به طور خاص، چالش تثبیت هویت منحصر به فرد پژوهش‌های ارتباطی در حوزه وسیع علوم انسانی، بازتاب‌هایی است که ما آن را ضروری می‌دانیم. این چشم‌اندازی است که در آن موضوعاتی مانند آموزش، تخصص، جهانی‌سازی، تفاوت‌ها/دیدگاه‌های جنسیتی، و بحث‌های اخلاقی، هوش مصنوعی، سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای از جمله موارد دیگر، اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کنند.

همچنین نباید از جنبه‌های ساختاری که معیارهای ارزیابی یا تأمین مالی را تعیین می‌کنند، غافل شویم، و نه چارچوب نظارتی، که در نهایت بر توسعه تحقیقات در این زمینه تأثیر می‌گذارد. در عین حال، هدف این مقاله تمرکز بر روندهای جدید مشاهده شده در تحقیقات ارتباطی است که می‌خواهند خود را به عنوان موضوعات مورد مطالعه تثبیت کنند. این رویکرد از منظر سه گانه زیر می‌تواند مطرح شود:

#### ح) مفاهیم پژوهشی، رسانه‌های بستر تحقیق و رویکردهای روش‌شناختی :

موضوعات احتمالی که ممکن است به عنوان چالش در این عرصه مورد توجه قرار گیرد عبارتند از :



➤ شیوه نشر دستاوردهای پژوهش‌های ارتباطی /مختصات نشریات علمی در ارتباطات: آیا شخصیت منحصر به فردی دارد یا تقلیدی از رشته های دیگر است؟

➤ نقش مجلات دانشگاهی در تحقیقات ارتباطی

➤ تحقیق در زمینه های تخصصی ارتباطات / رسانه

➤ تدریس در زمینه ارتباطات و بررسی آن

➤ بحث های اخلاقی در تحقیقات ارتباطی

➤ تحقیقات ارتباطی فراتر از قلمرو جمهوری اسلامی ایران: دیدگاه ها و زمینه ها ی بین المللی

➤ تفاوت ها و دیدگاه های جنسیتی در تحقیقات ارتباطی

➤ محدودیت های ساختاری تحقیق. سیاست، ارزیابی، بودجه و عوامل دیگر در پژوهش‌های ارتباطی

➤ چالش ها و نقاط ضعف در تحقیقات ارتباطی

➤ قوتها و فرصتها در تحقیقات ارتباطی

➤ چشم اندازها و رویکردهای نو ظهور در تحقیقات ارتباطات: مفاهیم جدید، رسانه های جدید و نظریه های جدید،

روشهای جدید ، تکنیکهای پژوهشی جدیدونرم افزارهای جدید این عرصه

**ط) قوتها و ضعفهای دورویکرد پژوهشی: خرد روشها در مقابل کلان روشها**

به طور کلی، هر یک از این دستهها از روشها مزایا و محدودیت‌های خود را دارند و بسته به نیازها و موارد خاص تحقیق، انتخاب می‌شوند.

**قوتها:**

۱. **خرد روشها:**

• **تفصیل پذیری:** این روشها اغلب اطلاعات دقیق و تفصیلی را ارائه می‌دهند و به محقق این

امکان را می‌دهند تا به عمق مسائل بپردازند. **رتال جامع علوم انسانی**

• **کنترل بیشتر:** محقق با انجام گام به گام تحقیق و نظارت مستقیم بر فرآیند، کنترل بیشتری بر

روی کیفیت داده‌ها و تحلیل دارد.

۲. **کلان روشها:**

• **سرعت و کارایی:** با استفاده از الگوریتم‌های پیچیده، می‌توان به سرعت بالا و کارایی بیشتر در

تحلیل داده‌های حجیم دست یافت.

• **استخراج اطلاعات پنهان:** این روشها معمولاً قابلیت استخراج اطلاعات پنهان و الگوهایی که

در داده‌های حجیم ممکن است مشاهده نشوند را دارا هستند.

**ضعفها:**



### ۱. خرد روش‌ها:

- **محدودیت در حجم داده:** برای داده‌های حجیم، این روش‌ها ممکن است زمان‌بر و هزینه‌بر باشند.

- **تعمق محدود:** نتایج تحقیقات ممکن است به دلیل محدودیت در تعمق و سیع تر نمونه‌ها، کمتر از تعداد افراد یا شیوه‌ها به دست آمده باشد.

### ۲. کلان روش‌ها:

- **نیاز به مهارت‌های پیچیده:** استفاده از الگوریتم‌ها و مدل‌های پیچیده نیاز به مهارت‌ها و دانش تخصصی بالا دارد.

- **نیاز به داده‌های کیفی:** در صورتی که داده‌ها به صورت ناکافی یا با کیفیت پایین باشند، نتایج کلان روش‌ها ممکن است مشکل داشته باشد.

### ۳. متفاوت بودن هدف‌ها:

- **خرد روش‌ها:** معمولاً هدف اطلاعات دقیق و تفصیلی است.

- **کلان روش‌ها:** هدف استخراج الگوها و روابط عمومی تر بین داده‌ها است.

### ۴. مسائل امانت داده:

- **خرد روش‌ها:** امانت داده‌ها و پایداری آنها از طریق کنترل دقیق محقق حفظ می‌شود.

- **کلان روش‌ها:** ممکن است به دلیل حجم بالای داده و پیچیدگی الگوریتم‌ها مسائل امانت داده و حریم خصوصی پیش بیاید.

توجه به این نکته حائز اهمیت است که استفاده از هر دو دسته‌ی روش به نحوه‌ای است که بهترین ارتباط با سوال تحقیقاتی داشته باشد و به نیازهای خاص پروژه پاسخ دهد، بسیار موثر خواهد بود.



## ص) بحث و نتیجه گیری:

در این مطلب، به موضوع تحولات در حوزه پژوهش‌های ارتباطی و رسانه‌ای با تأکید بر استفاده از کلان روش‌ها و اهمیت داده‌های بزرگ پرداختیم. نتایجی که از این بحث به دست می‌آید، به شکل زیر قابل خلاصه کردن است:

۱. تغییر نگرش به داده:

- ترکیب روش‌های پژوهشی: محققان به دلیل حجم بالای داده‌ها و پیچیدگی مسائل امروز، به ترکیب روش‌های سنتی با روش‌های کلان به منظور تحقیقات خود روی می‌آورند.

- نقش برجسته داده‌های بزرگ: داده‌های بزرگ به عنوان یک منبع ارزشمند برای استخراج اطلاعات جدید و الگوهای نوین، مورد توجه بیشتری قرار گرفته‌اند.

۲. ارتباط بیشتر با محققان:

- همکاری چند رشته‌ای: اتحاد محققان با تخصص‌های مختلف از جمله داده‌کاوی، یادگیری ماشین، رسانه و ارتباطات در یک تیم، امکان اجرای پژوهش‌های جامع‌تر و موثرتر را فراهم کرده است.

۳. تحول در مراحل تحقیق:

- گسترش مراحل پژوهش: این تحولات باعث گسترش مراحل تحقیق از جمله جمع‌آوری، پیش‌پردازش، و تحلیل داده‌ها شده و محققان را به تجربه‌های تحقیقاتی جدید می‌کشاند.

- نیاز به توانمندی‌های تحلیل داده: افزایش نیاز به مهارت‌های تحلیل داده، یادگیری ماشین، و استفاده از ابزارهای پیشرفته.

۴. تأثیر در زمینه‌های مختلف:

- کاربرد در حوزه‌های متنوع: تأثیر گذاری این تحولات در حوزه‌های مختلف از جمله علوم اجتماعی، اقتصاد، بازاریابی، و سایر زمینه‌های تخصصی.

- پیشرفت در تصمیم‌گیری‌ها: استفاده از داده‌های بزرگ به عنوان ابزار اصلی در تصمیم‌گیری‌های کسب و کار و حکومتی.

در نهایت باید اظهار داشت: تناسب با نیازها: انتخاب مناسب روش پژوهش بر اساس نیازهای موضوعی و سوالات تحقیقی اهمیت زیادی دارد. علاوه بر آن، هماهنگی بین داده و تحقیق: توازن بین اهمیت داده‌ها و استفاده از روش‌های تحقیق سنتی به منظور دستیابی به نتایج قابل اعتماد و کاربردی مورد تأکید است.

به طور کلی، تحولات در حوزه پژوهش‌های ارتباطی و رسانه‌ای نشان‌دهنده تغییرات گسترده‌ای است که به سرعت در حال اتفاق می‌افتد و محققان را به تجربه‌های جدید و پیچیده‌تر مواجه می‌سازد. استفاده هوشمندانه از این تحولات می‌تواند به بهبود تحقیقات و درک بهتر از ارتباطات اجتماعی و رسانه‌ای کمک کند.



## غ) منابع:

- ✓ بیرو، آلن (۱۳۶۶)، فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، انتشارات کیهان تهران .
- ✓ ساروخانی، باقر (۱۳۷۰)، درامدی بر دایره المعارف علوم اجتماعی، انتشارات کیهان، تهران.
- ✓ نقیب السادات، سید رضا(۱۴۰۱) ، رویکردهای روش شناختی جدید در مطالعات رسانه های جدید ، فصلنامه مطالعات نوین ارتباطی.
- ✓ نقیب السادات، سید رضا(۱۳۹۹) ، خرد روشها و کلان روشها، فصلنامه مطالعات نوین ارتباطی ، شماره اول، بهار و تابستان.

- ✓ Abbadia Jessica (2023), Exploring the Role of AI in Academic Research, www.mindthegraph.com.
- ✓ Andrew McAfee, Erik Brynjolfsson (2012), "Big Data: The Management Revolution" ,Harvard Business Review pub.
- ✓ Bengry-Howell, A., Wiles, R., Nind, M., & Crow, G. (2011). A review of the academic impact of three methodological innovations.
- ✓ Craig, R. T. (1999). Communication theory as a field. *Communication Theory*, 9(2), 119-161. doi: 10.1111/j.14682885.1999.tb00355.
- ✓ Hal R. Varian (2014), "Big Data: New Tricks for Econometrics", *Journal of Economic Perspectives*.
- ✓ Kim H. Pries, Robert Dunnigan(2013), "Big Data Analytics: A Practical Guide for Managers": Apress pub.
- ✓ Kraemer, K. L. (1991). Introduction. Paper presented at The Information Systems Research Challenge: Survey Research Methods.
- ✓ Nathan Marz, James Warren (2015), "Big Data: Principles and Best Practices of Scalable Realtime Data Systems", Manning Publications.
- ✓ Norderstreng, K. (2004). Ferment in the field: notes on the evolution of communication studies and their disciplinary nature. *Javnost – The Public*, 10(3), 5-18. doi: ۱۰,۱۰۸۰/۱۳۱۸۳۲۲۲,۲۰۰۴,۱۱۰۰۸۸۵۶
- Rollins, M., Nickell, D., & Wei, J. (2014). Understanding salespeople's learning experiences through blogging: A social learning approach. *Industrial Marketing Management*, 43(6), 1063-1069
- ✓ Pedro Domingos (2012), "A Few Useful Things to Know About Machine Learning" ,Communications of the ACM pub.
- ✓ Viktor Mayer-Schönberger, Kenneth Cukier,(2013) "Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think" ,Eamon Dolan/Houghton Mifflin Harcourt.
- ✓ Zaveri Aayushi (2023), Artificial intelligence in Science, www.mindthegraph.com.