

آخر التطورات والاتجاهات البحثية العالمية في مجال الإعلام الرقمي



إعداد

mohmmmed aldibas

مقدمة

يشهد حقل الإعلام الرقمي تحولات متسارعة فرضت على البحث العلمي العربي والدولي إعادة النظر في أدواته النظرية والمنهجية. وقد أفرزت التطورات التكنولوجية المتلاحقة، لا سيما الذكاء الاصطناعي التوليدي ومنصات التواصل الاجتماعي الخوارزمية، مشهدًا بحثيًا جديدًا يتطلب قراءة نقدية معمّقة لتحديد المحاور الكبرى التي يسير فيها البحث، والفجوات التي لم تُغطَّ بعد، والمنهجيات السائدة مقابل الغائبة. يسعى هذا التقرير إلى تقديم هذه القراءة التحليلية النقدية استنادًا إلى الدراسات العربية المحكّمة بالدرجة الأولى، مع الاستئناس بالأدبيات الأجنبية ذات الصلة.

أولاً: المحاور والاتجاهات البحثية الكبرى

يمكن تصنيف الإنتاج البحثي العربي الحديث في الإعلام الرقمي ضمن خمسة محاور رئيسية تتقاطع فيما بينها وتتكامل.

يتصدر المحور الأول ما يتعلق بتوظيف الذكاء الاصطناعي في الممارسة الإعلامية، وقد شكّل هذا المحور الاتجاه الأكثر حضوراً في الأدبيات العربية الأخيرة. فقد تناولت دراسة عبد الرازق (٢٠٢٢) المنشورة في المجلة المصرية لبحوث الإعلام واقع تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام وتطوراتها المستقبلية من خلال دراسة تطبيقية على القائمين بالاتصال في الوسائل الإعلامية المصرية. وأكملت توفيق (٢٠٢٣) هذا المسار في المجلة ذاتها ببحث حول أخلاقيات الذكاء الاصطناعي في البيئة الصحفية الرقمية، كاشفةً عن الفجوة بين الواقع والمأمول في الممارسات الأخلاقية. كما قدّم الغباري وعثمان (٢٠٢٣) في المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال رؤية مستقبلية لدور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي. والملاحظ أن هذه الدراسات ركّزت بشكل شبه حصري على البُعد التطبيقي والوصفي، ولم تتعمق بشكل كافٍ في البُعد النقدي المتعلق بعلاقات القوة والسلطة التي تُنتجها خوارزميات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية.

أولاً: المحاور والاتجاهات البحثية الكبرى

يتمحور المحور الثاني حول مخاطر الإعلام الرقمي وتأثيراته الاجتماعية والقيمية. وتُعدّ دراسة فخر الدين (٢٠٢٣) المقدمة في المؤتمر العلمي الدولي الثامن والعشرين بكلية الإعلام بجامعة القاهرة من أبرز الدراسات التحليلية من المستوى الثاني (Meta-Analysis) في هذا الاتجاه، إذ حلّلت ١٣١ دراسة عربية وأجنبية صدرت بين ٢٠١٨ و ٢٠٢٢، ورصدت ستة اتجاهات بحثية فرعية تشمل المخاطر العامة، ومخاطر الوعي والهوية الثقافية، والتطرف، والتأثير على القيم، والجرائم الإلكترونية، والمخاطر النفسية. كما بحثت حسن (٢٠٢٤) في تأثير الإعلام الرقمي على القيم الاجتماعية بين الأجيال من خلال دراسة ميدانية مقارنة بين الكبار والصغار. وما يُلاحظ على هذا المحور أنه يميل إلى تضخيم السلبيات على حساب تحليل الفرص، كما يُغفل في كثير من الأحيان السياق الاقتصادي والسياسي الذي تعمل فيه هذه الوسائط.

أولاً: المحاور والاتجاهات البحثية الكبرى

أما المحور الثالث فيتعلق بالإشكاليات المنهجية والنظرية لبحوث الإعلام الرقمي. وقد قدّمت المزاهرة (٢٠٢٤) في مجلة لباب الصادرة عن مركز الجزيرة للدراسات دراسة نوعية تحليلية لـ ٦٦ بحثاً عربياً، توصّلت فيها إلى أن معظم البحوث الإعلامية العربية تعتمد على المنهج المسحي، وتفتقد إلى التنوع في أدوات جمع البيانات، وتواجه إشكالية تطويع النظريات التقليدية وتطبيقها على البيئة الرقمية الجديدة، فضلاً عن أن كثيراً من البحوث لا تستند إلى رؤى نظرية واضحة. وقد أكدت هذه النتائج ما سبق أن أشارت إليه أدبيات عربية حول الحاجة إلى أجندة نقدية لدراسات الإعلام الرقمي نظرياً ومنهجياً.

أولاً: المحاور والاتجاهات البحثية الكبرى

يشمل المحور الرابع اقتصاديات الإعلام الرقمي والتحول المؤسسي. وعلى الصعيد الدولي، يُظهر تقرير معهد رويترز للصحافة والإعلام والتكنولوجيا (Newman, 2026) أن ٥٣% من قيادات المؤسسات الإعلامية واثقون بأفاق مؤسساتهم رغم تراجع ثقتهم بمستقبل الصحافة ككل إلى ٣٨% فقط. ويتوقع الناشرون تراجع حركة المرور القادمة من محركات البحث بنسبة ٤٣% خلال ثلاث سنوات، وهو ما يُعيد تشكيل نماذج الأعمال كلياً. غير أن هذا المحور يبقى شبه غائب في الأدبيات العربية التي لم تُنتج حتى الآن دراسات رصينة حول اقتصاديات المؤسسات الإعلامية الرقمية العربية ونماذج استدامتها المالية. ويتعلق المحور الخامس بصعود اقتصاد المؤثرين وصنّاع المحتوى وأثره على المؤسسات الإعلامية التقليدية. ويكشف تقرير رويترز (٢٠٢٦) أن ٧٠% من الناشرين يعبرون عن قلقهم من أن صنّاع المحتوى يسحبون الاهتمام والوقت من المحتوى المؤسسي. وقد بدأت بعض الدراسات العربية تلامس هذا الموضوع، لكنها لا تزال في طور الوصف دون التحليل النقدي المعمّق لتبعات هذا التحول على بنية الإعلام العربي.

ثانياً: المنهجيات السائدة والغائبة

أظهرت الدراسات التقييمية العربية أن ثمة هيمنة واضحة لمنهج المسح الوصفي واستمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات. وقد أكدت كلٌّ من فخر الدين (٢٠٢٣) والمزاهرة (٢٠٢٤) أن نظرية الاستخدامات والإشباع لا تزال تتصدر الأطر النظرية المستخدمة في بحوث الإعلام الرقمي العربية، رغم أن كثيرًا من الباحثين يعترفون بمحدودية قدرتها على تفسير الظواهر الرقمية المعقدة. وتغيب بشكل لافت المناهج الكيفية المتعمقة كالإثنوغرافيا الرقمية، والتحليل الشبكي الاجتماعي، وتحليل البيانات الضخمة، والمناهج الحسابية (Computational Methods) التي أصبحت أساسية في الأدبيات الغربية. كما أن دراسات المستوى الثاني (Meta-Analysis) لا تزال نادرة رغم أهميتها في بناء صورة تراكمية عن حالة الحقل البحثي.

ثالثاً: تحليل الفجوات البحثية

يكشف التحليل النقدي للأدبيات عن فجوات بحثية جوهرية ينبغي الالتفات إليها. فمن أبرز هذه الفجوات غياب شبه تام للدراسات العربية التي تتناول العلاقة بين الإعلام الرقمي وتنمية الموارد البشرية في المؤسسات الإعلامية تحديداً، من حيث التدريب والتأهيل والتطوير المهني في ضوء المتغيرات التقنية. كذلك تندر الدراسات الطولية التتبعية التي ترصد التحولات عبر الزمن، إذ يغلب الطابع المقطعي الآني على معظم البحوث. كما أن البحوث المقارنة بين الأنظمة الإعلامية الرقمية العربية المختلفة شبه معدومة. فضلاً عن ذلك، فإن موضوع الاستدامة المالية للإعلام الرقمي العربي لم يحظَ بالاهتمام البحثي الكافي، كما أن دراسة تأثير الوكلاء الأذكاء (Agentic AI) على العمل الإعلامي لا تزال في بداياتها حتى على المستوى الدولي.

رابعاً: موقع البحث المقترح من الخريطة البحثية

إن ربط موضوع تنمية الموارد البشرية بالإعلام الرقمي يضع البحث في منطقة تقاطع بين حقلين بحثيين نادرًا ما التقيا في الأدبيات العربية. فالدراسات القائمة إما تناولت الإعلام الرقمي من زاوية تقنية أو اجتماعية بحثية، أو تناولت تنمية الموارد البشرية في سياقات إدارية تقليدية. وقد أشار تقرير رويترز (٢٠٢٦) إلى أن ٦٧% من المؤسسات الإعلامية لم تحقق وفورات وظيفية من الذكاء الاصطناعي حتى الآن، بينما أضاف ٩% منها أدوارًا جديدة، مما يعني أن السؤال الجوهرى لم يعد هل سيُغيّر الذكاء الاصطناعي العمل الإعلامي، بل كيف ينبغي تأهيل الكوادر البشرية للعمل في هذه البيئة المتحولة. وهذا بالضبط هو الفراغ الذي يمكن أن يملأه البحث الحالي، بتقديم إطار نظري ومنهجي يربط بين متطلبات التحول الرقمي في المؤسسات الإعلامية واستراتيجيات تنمية مواردها البشرية وتطوير كفاءاتها..

خاتمة

يتضح من هذا التحليل أن حقل بحوث الإعلام الرقمي العربي يمرّ بمرحلة نموّ كمّي متسارع، لكنه يعاني من تحديات نوعية تتعلق بالتنوع المنهجي والتأصيل النظري والتعمق النقدي. إن البحث الذي يربط بين الإعلام الرقمي وتنمية الموارد البشرية يقع في فجوة بحثية حقيقية تمنحه مشروعية علمية وأهمية عملية، شريطة أن يتجاوز المقاربات الوصفية السائدة إلى مقاربات تحليلية نقدية تستثمر المنهجيات الحديثة وتؤسس لرؤى نظرية ملائمة للسياق العربي.

المراجع

عبد الرازق، مي مصطفى (٢٠٢٢). تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام: الواقع والتطورات المستقبلية: دراسة تطبيقية على القائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية المصرية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع٨١، ص ص ١-٧٤. 

https://ejsc.journals.ekb.eg/article_272038.html

توفيق، شريهان محمد (٢٠٢٣). أخلاقيات الذكاء الاصطناعي في البيئة الصحفية الرقمية: الواقع والمأمول. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع٨٥، ص ص ٥٩٥-٦٥٣. 

https://ejsc.journals.ekb.eg/article_343329.html

٣. الغباري، محمد وعثمان، باسل يسري (٢٠٢٣). دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي: رؤية مستقبلية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع٤٣، ص ص ٦١٩-٦٥٣. 

https://jkom.journals.ekb.eg/article_338656.html

فخر الدين، أريج محمد (٢٠٢٣). الاتجاهات الحديثة في دراسات مخاطر الإعلام الرقمي: دراسة تحليلية من المستوى الثاني. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع٨٤، ص ص ٥٦٧-٦١٨. 

https://ejsc.journals.ekb.eg/article_323709.html

حسن، شيرين جمال (٢٠٢٤). الإعلام الرقمي وتأثيره على القيم الاجتماعية بين الأجيال: دراسة ميدانية مقارنة بين الكبار والصغار. مجلة البحوث الإعلامية، ع٦٩، ج٢، ص ص ١٢١٣-١٢٨٨. 

<https://search.mandumah.com/Record/1445671>

المزاهرة، منال هلال (٢٠٢٤). إشكاليات البحوث الإعلامية العربية وأساليب تطويرها في ظل البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة: رؤية نقدية تحليلية. مجلة لباب للدراسات الاستراتيجية والإعلامية، مركز الجزيرة للدراسات. 

<https://aljazeeraajournal.aljazeera.net/article/> إشكاليات-البحوث-الإعلامية-العربية-وأ/

المراجع

Newman, N. (2026). Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2026. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.  <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2026>



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

