Quarterly Journal Science of Media Futures Studies
Vol. 1, Series. 1, No. 1, Spring 2026/ 7-44
DOI: https://doi.org/10.22034/mfs.2026.742288

Research Methodology in Media Studies in the Age of Artificial Intelligence: A Foresight Study

Seyed Reza Naghibulsadat *, Professor of Communication, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.*
Email: naghibsadat@atu.ac.ir

Extended Abstract

Introduction: The rapid development of artificial intelligence (AI), particularly generative AI, large language models (LLMs), machine learning, big data, and research automation, has gone beyond the development of research tools and is increasingly transforming the epistemological and methodological foundations of knowledge production in media studies. Media researchers are now working in an environment in which data are generated and processed on an unprecedented scale, parts of the cognitive and analytical processes of research can be delegated to intelligent systems, and the boundaries between human agency and technological tools in knowledge production are becoming increasingly fluid. This transformation raises new questions concerning data validity and reliability, research design, data collection and analysis, interpretation of findings, the role of the researcher, and even the meaning of knowledge production.

This transformation is particularly significant in media studies because media are simultaneously among the major fields of AI application and important objects of scholarly inquiry. Therefore, the central issue of this study is not merely how AI can be used as a research tool, but how it may transform the logic of research, the position of the researcher, and the future of research methodology in media studies. Accordingly, this study aims to explain the transformation of the epistemological and methodological foundations of media research in the age of AI and to develop plausible scenarios for its future. The main research question is: How will artificial intelligence transform the epistemological and methodological foundations of research in media studies over the next decade?

Methods: The study is fundamental-developmental in terms of its purpose and employs a systematic literature review combined with futures studies and scenario planning. The research population consisted of domestic and international scholarly studies related to artificial intelligence, research methodology, media studies, and futures studies. Relevant studies were identified, screened, and analyzed according to their thematic relevance, scientific quality, recency, and contribution to the research problem. The literature review followed the logic of identification, screening, and selection associated with the PRISMA framework. The findings of the selected studies were subsequently classified and synthesized according to technological drivers, dimensions of transformation, challenges, and future requirements.

In the futures component, the major drivers of methodological transformation and the key uncertainties affecting the future of research methodology were identified on the basis of evidence derived from the systematic review. Alternative futures were then developed through scenario planning. Five major technological drivers were considered: generative AI, large language models, machine learning, big data, and research automation. The potential effects of these drivers were also examined across different stages of the research cycle, ranging from problem formulation and idea generation to data collection, analysis, interpretation, and presentation of findings.

Findings: The findings demonstrate that the transformation of research methodology in media studies is not the result of a single technological development but rather of the interaction

and convergence of several technological drivers. Among these drivers, generative AI and large language models have the greatest potential to transform the logic of research because, unlike earlier technologies that were primarily used during data-processing stages, contemporary intelligent systems can participate in earlier stages of research, including problem formulation, idea generation, literature review, research instrument design, data organization, and preliminary analysis. Consequently, the role of the researcher is gradually shifting from that of a "tool user" toward a "manager and evaluator of human-AI interaction."

The findings further indicate that AI affects the entire research cycle. At the design stage, AI can assist in identifying topics, research gaps, and preliminary research questions. During data collection, it can increase the capacity for searching, extracting, categorizing, and organizing information. At the analytical stage, AI facilitates the processing of large volumes of textual, visual, and interactive data and can assist in identifying complex patterns. During interpretation, it can generate preliminary analytical suggestions. Nevertheless, interpretation of meaning, understanding of social and cultural contexts, theoretical judgment, and final methodological decisions continue to require human judgment.

Alongside these opportunities, four major categories of challenges were identified: epistemological, methodological, ethical, and legal challenges. At the epistemological level, questions concerning trust in machine-generated knowledge and the lack of transparency in the operation of some algorithms are particularly important. At the methodological level, validity, reliability, reproducibility, and data quality require reconsideration and continuous monitoring. At the ethical and legal levels, algorithmic bias, privacy, intellectual property, academic originality, transparency regarding AI use, and researcher accountability constitute major challenges.

Based on the synthesis of the findings, four future scenarios were developed: "gradual transformation," "human-AI co-evolution," "intelligent research," and "algorithmic dependency." The gradual transformation scenario describes the cautious integration of AI into existing research structures. The intelligent research scenario anticipates increasing automation of parts of the research cycle while maintaining human supervision. The algorithmic dependency scenario represents a warning-oriented future in which excessive reliance on intelligent systems may weaken scientific independence, critical thinking, creativity, and public trust in knowledge production. Among these scenarios, human-AI co-evolution was identified as the most plausible and desirable pathway because it combines the analytical and computational capacities of AI with human judgment, responsibility, and interpretation.

Conclusion: The findings indicate that the future of research methodology in media studies will not be determined solely by technological progress but will depend substantially on how the relationship among humans, data, algorithms, and scientific institutions is organized. The integration of AI into media research suggests a gradual transition from a tool-oriented methodology toward a collaborative human-AI research paradigm. Within this paradigm, AI does not replace the researcher but functions as a cognitive and analytical partner, while final responsibility for the production, evaluation, and interpretation of knowledge remains with the human researcher.

Accordingly, revising research-methodology education, developing computational and mixed research methods, establishing new standards for validation and reproducibility, strengthening AI literacy, developing ethical and legal guidelines, increasing transparency concerning AI use, and maintaining meaningful human oversight constitute key requirements for the future of research methodology in media studies. The desirable pathway is therefore neither the elimination of human agency nor resistance to technological development, but the establishment of a critical, responsible, and systematic collaboration between researchers and artificial intelligence.

Keywords: Research Methodology, Media Studies, Artificial Intelligence, Futures Studies, Systematic Review, Scenario Planning; Human-AI Collaborative Research.

فصلنامه دانش آینده‌پژوهی رسانه
سال ۱ / شماره ۱/ شماره مسلسل ۱ / بهار ۱۴۰۵/ ۷ ـ ۴۴
Quarterly Journal Science of Media Futures Studies
Vol. 1, Series. 1, No. 1, Spring 2026/ 7 - 44
DOI: https://doi.org/10.22034/mfs.2026.742288

روش‌شناسی پژوهش مطالعات رسانه در عصر هوش مصنوعی: مطالعه‌ای آینده‌پژوهانه

سیدرضا نقیب‌السادات[۱]

چکیده

تحول شتابان فناوری‌های هوش مصنوعی، به‌ویژه هوش مصنوعی مولد، مدل‌های زبانی بزرگ و تحلیل کلان‌داده، فراتر از توسعه ابزارهای پژوهشی، در حال بازتعریف مبانی معرفت‌شناختی و روش‌شناختی پژوهش در مطالعات رسانه است. ازاین‌رو، بازاندیشی در روش‌شناسی پژوهش رسانه و ترسیم آینده آن، به یکی از ضرورت‌های اساسی پژوهش‌های ارتباطی تبدیل شده است. پژوهش حاضر با هدف تبیین چگونگی دگرگونی مبانی معرفت‌شناختی و روش‌شناختی پژوهش در مطالعات رسانه در پرتو هوش مصنوعی و ارائه سناریوهای محتمل آینده انجام شده است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی توسعه‌ای و از نظر روش، مبتنی بر مرور نظام‌مند منابع و آینده‌پژوهی با رویکرد سناریونویسی است. جامعه پژوهش شامل مطالعات علمی داخلی و خارجی منتشرشده در حوزه هوش مصنوعی، روش تحقیق، مطالعات رسانه و آینده‌پژوهی بود که بر اساس معیارهای شمول و حذف انتخاب و تحلیل شدند. یافته‌ها نشان داد که پنج پیشران اصلی، شامل هوش مصنوعی مولد، مدل‌های زبانی بزرگ، یادگیری ماشین، کلان‌داده و خودکارسازی پژوهش، بیشترین تأثیر را بر تحول روش‌شناسی پژوهش‌های رسانه‌ای دارند. این تحولات تمامی مراحل فرایند پژوهش، از طراحی پژوهش و گردآوری داده تا تحلیل، تفسیر، اعتبارسنجی و بازتولیدپذیری یافته‌ها را تحت تأثیر قرار داده و هم‌زمان چالش‌هایی مانند سوگیری الگوریتمی، شفافیت، تبیین‌پذیری، مالکیت فکری و اصالت علمی را برجسته ساخته‌اند. بر این اساس، چهار سناریوی آینده شامل «تحول تدریجی»، «هم‌تکاملی انسان و هوش مصنوعی»، «پژوهش هوشمند» و «وابستگی الگوریتمی» تدوین شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که محتمل‌ترین و مطلوب‌ترین مسیر آینده، استقرار پارادایم پژوهش همکارانه انسان‌ـ هوش مصنوعی است؛ پارادایمی که در آن، هوش مصنوعی نقش توانمندساز پژوهشگر را ایفا می‌کند و درکنار بازنگری در آموزش روش تحقیق، تدوین چارچوب‌های اخلاقی و توسعه حکمرانی داده، زمینه ارتقای کیفیت، نوآوری و اعتبار پژوهش‌های رسانه‌ای را فراهم می‌سازد.

واژگان کلیدی

روش‌شناسی پژوهش، مطالعات رسانه، هوش مصنوعی، آینده‌پژوهی، مرور نظام‌مند، سناریونویسی، پژوهش همکارانه انسان هوش مصنوعی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۱/۰۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۱/۲۴

۱. استاد تمام علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. naghibsadat@atu.ac.ir

مقدمه

تحولات فناورانه همواره از مهم‌ترین عوامل دگرگون‌کننده نظام‌های ارتباطی، رسانه‌ای و پژوهشی بوده‌اند. در دهه‌های اخیر، توسعه هوش مصنوعی، به‌ویژه هوش مصنوعی مولد[1]، نه‌تنها شیوه تولید، توزیع و مصرف پیام‌های رسانه‌ای را متحول کرده، بلکه فرایند تولید دانش و انجام پژوهش‌های علمی را نیز وارد مرحله‌ای جدید ساخته است. امروزه ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی قادرند در مراحل مختلف پژوهش، از جست‌وجوی منابع، مرور ادبیات، طراحی پرسش‌های پژوهش، گردآوری و تحلیل داده‌ها تا تفسیر یافته‌ها و نگارش گزارش‌های علمی، نقش مؤثری ایفا کنند. این تحول، پرسش‌های بنیادینی را درباره کفایت روش‌شناسی‌های متعارف و چگونگی بازتعریف نقش پژوهشگر در عصر هوش مصنوعی مطرح ساخته است (Dwivedi et al., 2023).

در حوزه مطالعات رسانه، این دگرگونی اهمیت دوچندان دارد؛ زیرا از یک‌سو رسانه‌ها خود یکی از اصلی‌ترین عرصه‌های کاربرد و توسعه هوش مصنوعی محسوب می‌شوند و از سوی دیگر، پژوهشگران رسانه نیز برای مطالعه این پدیده ناگزیر از بهره‌گیری از روش‌ها، ابزارها و الگوهای پژوهشی متناسب با محیط داده‌محور و الگوریتمی هستند. روش‌هایی که عمدتاً در شرایط پیش از ظهور هوش مصنوعی مولد شکل گرفته‌اند، ممکن است در مواجهه با حجم عظیم داده‌ها، سرعت تحول رسانه‌های دیجیتال و پیچیدگی تعاملات انسان و ماشین، با محدودیت‌هایی در گردآوری، تحلیل و تفسیر داده‌ها روبه‌رو شوند. در همین راستا، بحث درباره «روش‌شناسی پژوهش در عصر هوش مصنوعی» تنها به استفاده از ابزارهای نوین محدود نمی‌شود، بلکه بازاندیشی در مبانی معرفت‌شناختی، هستی‌شناختی و روش‌شناختی پژوهش را نیز ضروری می‌سازد. ورود هوش مصنوعی به فرایند پژوهش، مفاهیمی همچون اعتبار و پایایی داده‌ها، سوگیری‌های الگوریتمی، شفافیت فرایند تحلیل، قابلیت بازتولید پژوهش، نقش قضاوت انسانی و مسئولیت اخلاقی پژوهشگر را با چالش‌های تازه‌ای مواجه کرده است (Floridi & Cowls, 2022; UNESCO, 2021). ازاین‌رو، آینده پژوهش‌های رسانه‌ای صرفاً تحت تأثیر پیشرفت فناوری قرار ندارد، بلکه به نحوه بازتعریف چارچوب‌های روش‌شناختی نیز وابسته است.

بی‌توجهی به این تحولات می‌تواند پیامدهای علمی و عملی گسترده‌ای به همراه داشته باشد. استمرار استفاده از الگوهای روش‌شناختی متناسب با شرایط گذشته،

1. Generative Artificial Intelligence

احتمال کاهش اعتبار پژوهش‌ها، ناتوانی در تحلیل داده‌های کلان رسانه‌ای، افزایش وابستگی غیرنقادانه به خروجی سامانه‌های هوش مصنوعی، تضعیف اصالت علمی، تشدید سوگیری‌های الگوریتمی و کاهش قابلیت پاسخگویی پژوهش‌های رسانه‌ای به مسائل نوظهور را در پی خواهد داشت. در مقابل، شناخت روندهای تحول روش‌شناسی و آمادگی برای مواجهه با آینده، می‌تواند زمینه ارتقای کیفیت پژوهش، توسعه روش‌های ترکیبی، افزایش دقت تحلیل و تقویت نقش پژوهشگر به‌عنوان ناظر انتقادی فرایند تولید دانش را فراهم سازد (OECD, 2024; UNESCO, 2021).

بر این اساس، هدف این پژوهش، تبیین آینده روش‌شناسی پژوهش در مطالعات رسانه در عصر هوش مصنوعی، شناسایی عوامل پیشران تحول، تحلیل پیامدهای احتمالی و ارائه تصویری از مسیرهای محتمل تحول روش‌شناسی در سال‌های پیش رو است. انتظار می‌رود نتایج این پژوهش بتواند مبنایی نظری برای بازاندیشی در روش‌های پژوهش رسانه و نیز راهنمایی برای پژوهشگران، دانشگاه‌ها و مراکز سیاست‌گذاری علمی در برنامه‌ریزی برای آینده فراهم آورد.

بر این مبنا، سؤال اصلی پژوهش عبارت است از:

روش‌شناسی پژوهش در مطالعات رسانه در عصر هوش مصنوعی، تحت تأثیر چه پیشران‌ها و روندهایی دستخوش تحول خواهد شد و این تحولات چه پیامدهایی برای آینده پژوهش‌های رسانه‌ای به همراه خواهد داشت؟

چارچوب مفهومی

هوش مصنوعی در دهه‌های نخست پیدایش خود عمدتاً به‌عنوان شاخه‌ای از علوم رایانه شناخته می‌شد که هدف آن طراحی سامانه‌هایی بود که بتوانند برخی توانایی‌های شناختی انسان، ازجمله یادگیری، استدلال، حل مسئله و تصمیم‌گیری را شبیه‌سازی کنند. در این برداشت کلاسیک، هوش مصنوعی بیشتر به توسعه الگوریتم‌ها و مدل‌های محاسباتی برای انجام وظایف مشخص محدود می‌شد و نقش آن در پژوهش‌های علمی نیز عمدتاً در تحلیل داده‌های پیچیده یا خودکارسازی برخی عملیات آماری خلاصه می‌گردید. راسل و نورویگ[1] (۲۰۲۱) که اثر آنان یکی از معتبرترین منابع این حوزه به شمار می‌رود، هوش مصنوعی را مطالعه و طراحی عامل‌هایی می‌دانند که قادرند محیط را ادراک کرده، بر اساس آن تصمیم بگیرند و برای دستیابی به اهداف از

1. Russell & Norvig

پیش تعیین‌شده عمل کنند (Russell & Norvig, 2021). این تعریف، اگرچه همچنان مبنای نظری بسیاری از پژوهش‌هاست؛ اما تحولات فناورانه سال‌های اخیر نشان می‌دهد که ظرفیت‌های هوش مصنوعی از مرزهای اولیه خود فراتر رفته و به عرصه تولید، سازمان‌دهی و حتی بازآفرینی دانش وارد شده است.

ظهور هوش مصنوعی مولد[1] و به‌ویژه مدل‌های زبانی بزرگ[2] نقطه عطفی در این تحول محسوب می‌شود. برخلاف نسل‌های پیشین که عمدتاً بر طبقه‌بندی، پیش‌بینی یا تشخیص الگوها تمرکز داشتند، سامانه‌های مولد قادرند متن، تصویر، صدا، ویدئو و حتی کدهای رایانه‌ای تولید کنند و در تعامل با کاربر، پاسخ‌هایی متناسب با زمینه و هدف او ارائه دهند. این ویژگی باعث شده است که هوش مصنوعی از جایگاه یک ابزار تحلیل داده به جایگاه «همکار شناختی» در فرایند پژوهش نزدیک شود. دویدی و همکاران(۲۰۲۳) در مقاله مرجع خود درباره فرصت‌ها و مخاطرات هوش مصنوعی مولد تأکید می‌کنند که این فناوری، نه‌تنها سرعت انجام فعالیت‌های علمی را افزایش داده، بلکه شیوه اندیشیدن، تصمیم‌گیری و تولید دانش را نیز تحت تأثیر قرار داده است و ازاین‌رو، پیامدهای آن صرفاً فناورانه نیست، بلکه ابعاد معرفت‌شناختی، اخلاقی و نهادی نیز دارد (Dwivedi et al., 2023).

اهمیت این تحول زمانی آشکارتر می‌شود که به چرخه کامل پژوهش علمی توجه کنیم. تا چند سال پیش، نقش پژوهشگر در تمام مراحل، از انتخاب مسئله و تدوین چارچوب نظری تا گردآوری داده، تحلیل، تفسیر و نگارش، نقشی انحصاری تلقی می‌شد؛ اما امروزه بسیاری از این مراحل با کمک سامانه‌های هوشمند قابل انجام یا دست‌کم قابل پشتیبانی هستند. برای مثال، مدل‌های زبانی بزرگ می‌توانند در جست‌وجوی ادبیات، خلاصه‌سازی متون، استخراج مفاهیم، پیشنهاد فرضیه، طراحی ابزار گردآوری داده و حتی نگارش اولیه گزارش‌های علمی مشارکت کنند. استری‌هورن و جانسون[3] (۲۰۲۵) در مطالعه خود درباره روش‌های گردآوری داده در عصر هوش مصنوعی نشان می‌دهند که استفاده از ابزارهای هوشمند، ظرفیت پژوهشگران را برای مدیریت داده‌های گسترده و تحلیل سریع‌تر اطلاعات افزایش داده است؛ بااین‌حال، هم‌زمان پرسش‌هایی جدی درباره دقت، اعتبار، سوگیری و مسئولیت علمی نیز ایجاد کرده است (Strayhorn & Johnson, 2025).

1. Generative Artificial Intelligence
2. Large Language Models
3. Strayhorn & Johnson

در حوزه مطالعات رسانه، این تحول ابعاد گسترده‌تری یافته است. رسانه‌های دیجیتال روزانه میلیاردها داده متنی، تصویری، صوتی و تعاملی تولید می‌کنند که تحلیل آن‌ها با روش‌های سنتی تقریباً ناممکن است. در چنین شرایطی، هوش مصنوعی به ابزاری برای تحلیل کلان‌داده، شناسایی الگوهای ارتباطی، تحلیل احساسات، تحلیل شبکه‌های اجتماعی، تولید خودکار محتوا و پیش‌بینی رفتار مخاطبان تبدیل شده است. مرور نظام‌مند منتشرشده در سال ۲۰۲۵ درباره تأثیر هوش مصنوعی بر آینده تولید و مصرف رسانه نشان می‌دهد که تقریباً همه پژوهش‌های جدید، هوش مصنوعی را یکی از مهم‌ترین عوامل تحول در اکوسیستم رسانه‌ای معرفی کرده‌اند؛ عاملی که نه‌تنها شیوه تولید محتوا، بلکه نحوه مصرف، توزیع و ارزیابی اطلاعات را نیز تغییر داده است (The Impact of Artificial Intelligence on the Future of Media Production and Use: A Systematic Literature Review, 2025). به همین دلیل، بسیاری از پژوهشگران از «دگرگونی پارادایم رسانه» سخن می‌گویند؛ پارادایمی که در آن، الگوریتم‌ها به بازیگران فعال در فرایند تولید و گردش اطلاعات تبدیل شده‌اند.

بر این اساس، بسیاری از صاحب‌نظران بر این باورند که ورود هوش مصنوعی به پژوهش‌های علمی، صرفاً به معنای استفاده از ابزارهای جدید نیست، بلکه نشانه آغاز مرحله‌ای تازه در تحول نظام معرفتی علم است. در این مرحله، رابطه میان انسان، داده و فناوری بازتعریف می‌شود و نقش پژوهشگر از تولیدکننده انحصاری دانش به طراح، ناظر و ارزیاب فرایندهای هوشمند تغییر می‌یابد. این تغییر، پرسش‌هایی بنیادین درباره ماهیت دانش، اعتبار شواهد، مسئولیت علمی و حدود مداخله ماشین در پژوهش مطرح می‌کند؛ پرسش‌هایی که دیگر با اتکا به چارچوب‌های کلاسیک روش تحقیق قابل پاسخ نیستند و نیازمند بازاندیشی در مبانی معرفت‌شناختی و روش‌شناختی علوم، به‌ویژه در حوزه مطالعات رسانه، هستند (Creswell & Creswell, 2023).

درنتیجه، هوش مصنوعی را باید فراتر از یک فناوری نوظهور یا ابزار کمکی در نظر گرفت. این فناوری به یکی از مهم‌ترین پیشران‌های تحول در نظام تولید دانش تبدیل شده است؛ پیشرانی که نه‌تنها ابزارها و روش‌های پژوهش را متحول می‌کند، بلکه بر نحوه تعریف مسئله، گردآوری شواهد، تحلیل داده‌ها، تفسیر یافته‌ها و حتی معیارهای اعتبار دانش اثر می‌گذارد. ازاین‌رو، بررسی تأثیر آن بر روش‌شناسی پژوهش در مطالعات رسانه، صرفاً مطالعه یک فناوری جدید نیست، بلکه تلاشی برای فهم چگونگی تحول یکی از بنیادی‌ترین ارکان پژوهش علمی در دهه آینده است. این برداشت، مبنای ورود به

بحث بعدی، یعنی «روش‌شناسی پژوهش در مطالعات رسانه در عصر هوش مصنوعی» خواهد بود و زمینه لازم را برای پاسخ‌گویی به سؤال اصلی پژوهش فراهم می‌سازد.

مبانی نظری پژوهش

یکی از بنیادی‌ترین پرسش‌های علوم اجتماعی و مطالعات رسانه آن است که آیا فناوری صرفاً ابزاری در اختیار انسان است یا می‌تواند ساختارهای اجتماعی، فرهنگی و معرفتی را نیز دگرگون سازد؟ پاسخ به این پرسش، زیربنای نظری بسیاری از پژوهش‌های مربوط به فناوری‌های نوین، ازجمله هوش مصنوعی را تشکیل می‌دهد. در رویکردهای کلاسیک، فناوری بیشتر به‌عنوان ابزاری برای افزایش کارایی تلقی می‌شد؛ اما از دهه‌های پایانی قرن بیستم، با گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، دیدگاه‌های جدیدی شکل گرفت که فناوری را نه یک ابزار خنثی، بلکه عاملی مؤثر در بازآفرینی ساختارهای اجتماعی، سازمانی و معرفتی دانستند. این دیدگاه‌ها بر این باورند که فناوری و جامعه در یک فرایند «هم‌تکاملی[1]» بر یکدیگر اثر می‌گذارند و تحول در یکی، به تغییر در دیگری منجر می‌شود (Orlikowski, 1992; Latour, 2005).

در میان نظریه‌های تحول فناوری، نظریه «انتشار نوآوری[2]» که توسط اورت ام. راجرز[3] ارائه شده است، جایگاه ویژه‌ای دارد. راجرز (۲۰۰۳) نوآوری را ایده، روش یا فناوری جدیدی می‌داند که از طریق فرایندهای ارتباطی و در بستر زمان، در میان اعضای یک نظام اجتماعی گسترش می‌یابد. بر اساس این نظریه، پذیرش یک فناوری جدید تنها به ویژگی‌های فنی آن وابسته نیست، بلکه عواملی مانند مزیت نسبی، سازگاری با ارزش‌های موجود، پیچیدگی، قابلیت آزمون و قابلیت مشاهده نیز در میزان پذیرش آن نقش تعیین‌کننده دارند. هرچند این نظریه در اصل برای تبیین انتشار فناوری‌ها تدوین شده است؛ اما در سال‌های اخیر برای تحلیل گسترش هوش مصنوعی در آموزش، رسانه، سلامت و پژوهش علمی نیز به‌طور گسترده مورد استفاده قرار گرفته است.

باوجود اهمیت نظریه راجرز، این نظریه به‌تنهایی قادر به تبیین تحولات عمیق ناشی از هوش مصنوعی نیست؛ زیرا بیشتر بر فرایند پذیرش فناوری تمرکز دارد، درحالی‌که مسئله اصلی پژوهش حاضر، تحول در مبانی معرفت‌شناختی و روش‌شناختی پژوهش است. به‌بیان‌دیگر، سؤال اساسی این نیست که پژوهشگران چگونه هوش

1. Co-evolution
2. Diffusion of Innovations
3. Everett M. Rogers

مصنوعی را می‌پذیرند، بلکه این است که پس از پذیرش، این فناوری چگونه منطق تولید دانش، شیوه طراحی پژوهش، تحلیل داده‌ها و معیارهای اعتبار علمی را دگرگون می‌سازد. ازاین‌رو، لازم است در کنار نظریه انتشار نوآوری، از رویکردهایی استفاده شود که رابطه متقابل فناوری و نظام‌های دانشی را تبیین می‌کنند.

در این زمینه، دیدگاه واندا اورلیکوفسکی دربارهٔ «دوگانگی فناوری[1]» اهمیت ویژه‌ای دارد. اورلیکوفسکی[2] (۱۹۹۲) استدلال می‌کند که فناوری صرفاً محصول کنش انسانی نیست، بلکه پس از ورود به یک سازمان یا نظام اجتماعی، خود نیز به بازتولید قواعد، ساختارها و شیوه‌های عمل کمک می‌کند. بر این اساس، فناوری و کنشگران انسانی در یک رابطه پویا و دوسویه قرار دارند؛ رابطه‌ای که در آن، انسان فناوری را به‌کار می‌گیرد؛ اما همزمان فناوری نیز رفتار، تصمیم‌ها و الگوهای تعامل انسان را شکل می‌دهد (Orlikowski, 1992). این دیدگاه برای پژوهش حاضر اهمیت زیادی دارد؛ زیرا نشان می‌دهد هوش مصنوعی نه‌تنها ابزار انجام پژوهش است، بلکه در حال بازتعریف نقش پژوهشگر، شیوه تصمیم‌گیری علمی و حتی معیارهای اعتبار معرفت است.

بر همین اساس، پژوهش حاضر هوش مصنوعی را نه صرفاً یک نوآوری فناورانه، بلکه پیشرانی برای تحول نظام دانشی پژوهش‌های رسانه‌ای تلقی می‌کند. در این چارچوب، فناوری از مرحله ابزار فراتر می‌رود و به عاملی تبدیل می‌شود که می‌تواند ساختارهای معرفتی، روش‌های پژوهش و الگوهای تعامل میان پژوهشگر، داده و دانش را دگرگون سازد. این برداشت، زمینه نظری لازم را برای ورود به بحث بعدی، یعنی مبانی معرفت‌شناختی و روش‌شناختی پژوهش در عصر هوش مصنوعی فراهم می‌آورد؛ جایی که تمرکز از «پذیرش فناوری» به «دگرگونی منطق تولید دانش» منتقل می‌شود.

پژوهش‌های پیشین

پژوهش‌های مرتبط با هوش مصنوعی و تحول روش‌های پژوهش

تحول هوش مصنوعی در سال‌های اخیر، توجه پژوهشگران حوزه روش تحقیق را از کاربردهای صرفاً فنی این فناوری به پیامدهای آن برای فرایند تولید دانش معطوف کرده است. برخلاف پژوهش‌های اولیه که هوش مصنوعی را ابزاری برای تحلیل داده یا خودکارسازی برخی عملیات آماری می‌دانستند، مطالعات جدید نشان می‌دهند که

1. Duality of Technology
2. Orlikowski

این فناوری در تمامی مراحل چرخه پژوهش، از تعریف مسئله و مرور ادبیات گرفته تا طراحی پژوهش، گردآوری داده، تحلیل، تفسیر و نگارش علمی، نقش فزاینده‌ای یافته است. درنتیجه، تمرکز پژوهش‌ها به‌تدریج از «کاربرد ابزار» به «تحول فرایند پژوهش» تغییر یافته است؛ تحولی که پیامدهای آن تنها در سطح فناوری باقی نمانده و به حوزه‌های معرفت‌شناسی، اخلاق پژوهش و بازتعریف نقش پژوهشگر نیز گسترش یافته است (Dwivedi et al., 2023).

یکی از جامع‌ترین مطالعات این حوزه، پژوهش استری‌هورن و جانسون با عنوان Data Collection Methods in the Age of Artificial Intelligence است. این پژوهش که با تمرکز بر روش‌های گردآوری داده انجام شده، نشان می‌دهد استفاده از سامانه‌های هوشمند، سرعت و گستره دسترسی به داده‌ها را به‌طور چشمگیری افزایش داده است؛ اما هم‌زمان چالش‌هایی مانند سوگیری الگوریتمی، کیفیت داده‌ها، حفظ حریم خصوصی، اعتبار اطلاعات و ضرورت بازنگری در آموزش روش تحقیق را نیز برجسته کرده است. نویسندگان تأکید می‌کنند که هوش مصنوعی نباید جایگزین قضاوت علمی پژوهشگر شود، بلکه باید به‌عنوان ابزاری در خدمت تصمیم‌گیری انتقادی و طراحی آگاهانه پژوهش به‌کار گرفته شود (Strayhorn & Johnson, 2025). اهمیت این مطالعه در آن است که برای نخستین‌بار، تحول روش‌های گردآوری داده را نه صرفاً از منظر فناوری، بلکه در ارتباط با کیفیت و اعتبار پژوهش بررسی می‌کند.

در همین راستا، دویدی و همکاران در مقاله پرارجاع So What if ChatGPT Wrote It? با نگاهی جامع‌تر به پیامدهای هوش مصنوعی مولد، استدلال می‌کنند که این فناوری به‌تدریج در حال تبدیل شدن به بخشی از زیرساخت تولید دانش است. به اعتقاد آنان، استفاده از مدل‌های زبانی بزرگ می‌تواند بهره‌وری پژوهش را افزایش دهد، اما در صورت فقدان چارچوب‌های اخلاقی و روش‌شناختی، خطر تولید دانش نادرست، استنادهای ساختگی، کاهش شفافیت علمی و تضعیف اعتماد به پژوهش نیز افزایش خواهد یافت. آنان بر ضرورت تدوین دستورالعمل‌های روشن برای استفاده مسئولانه از هوش مصنوعی در آموزش و پژوهش تأکید می‌کنند و آینده پژوهش را در گرو همکاری هوشمندانه میان انسان و ماشین می‌دانند (Dwivedi et al., 2023).

مرور نظام‌مند پژوهش‌های منتشرشده در سال‌های اخیر نیز همین روند را تأیید می‌کند. برای مثال، مقاله The Impact of Artificial Intelligence on the Future of Media Production and Use: A Systematic Literature Review (2025) نشان می‌دهد که

ادبیات موجود، اگرچه عمدتاً بر تولید و مصرف رسانه متمرکز بوده است، اما به‌صورت ضمنی به تحول در شیوه انجام پژوهش نیز اشاره می‌کند. نویسندگان چهار تنش بنیادین کارایی در برابر کیفیت، شخصی‌سازی در برابر تنوع، شفافیت در برابر عملکرد و نوآوری در برابر پاسخ‌گویی را به‌عنوان مهم‌ترین پیامدهای ورود هوش مصنوعی معرفی می‌کنند. اگرچه این مطالعه مستقیماً به روش‌شناسی پژوهش نمی‌پردازد، اما نتایج آن نشان می‌دهد که بسیاری از چالش‌های مطرح‌شده در تولید و مصرف رسانه، به همان نسبت در پژوهش‌های رسانه‌ای نیز قابل مشاهده هستند و بر اعتبار، شفافیت و قابلیت اعتماد پژوهش اثر می‌گذارند (Gavran, Iryna and etal, 2025).

جمع‌بندی این مطالعات نشان می‌دهد که ادبیات موجود، تحول در ابزارها و فرایندهای پژوهش را به‌خوبی مستند کرده است، اما هنوز به یک پرسش بنیادین پاسخ روشنی نداده است: آیا هوش مصنوعی تنها روش‌های پژوهش را تغییر می‌دهد یا مبانی معرفت‌شناختی و منطق تولید دانش را نیز دگرگون می‌کند؟ بیشتر پژوهش‌ها به بهبود کارایی، افزایش سرعت یا چالش‌های اخلاقی پرداخته‌اند و کمتر مطالعه‌ای رابطه میان هوش مصنوعی، تحول روش‌شناسی و تغییر در بنیان‌های معرفتی پژوهش را به‌صورت یکپارچه تحلیل کرده است. این خلأ، نقطه عزیمت پژوهش حاضر است؛ پژوهشی که می‌کوشد با تلفیق مرور نظام‌مند و آینده‌پژوهی، چارچوبی تبیینی برای فهم این تحول ارائه دهد.

پژوهش‌های مرتبط با هوش مصنوعی و مطالعات رسانه

مطالعات انجام‌شده در حوزه رسانه طی پنج سال اخیر نشان می‌دهد که هوش مصنوعی از مرحله یک فناوری پشتیبان برای تولید محتوا عبور کرده و به یکی از مهم‌ترین عوامل بازآرایی اکوسیستم رسانه‌ای تبدیل شده است. این تحول تنها به تولید خبر یا محتوای دیجیتال محدود نیست، بلکه فرایندهای انتخاب، توزیع، شخصی‌سازی، تحلیل مخاطبان، ارزیابی اثربخشی پیام و حتی سیاست‌گذاری رسانه‌ای را نیز دربر گرفته است. به همین دلیل، پژوهشگران ارتباطات به‌تدریج از بررسی کاربردهای محدود هوش مصنوعی فاصله گرفته و به مطالعه پیامدهای ساختاری آن برای نظام رسانه، روزنامه‌نگاری، مخاطبان و روش‌های پژوهش روی آورده‌اند. بررسی این ادبیات نشان می‌دهد که اگرچه میان پژوهشگران درباره ظرفیت تحول‌آفرین هوش مصنوعی توافق گسترده‌ای وجود دارد، اما درباره دامنه و جهت این تحول، دیدگاه‌های متفاوتی مطرح شده است.

یکی از مهم‌ترین مطالعات این حوزه، مرور نظام‌مند (Gavran, Iryna and etal, 2025) است که با تحلیل گسترده پژوهش‌های منتشرشده، نشان می‌دهد هوش مصنوعی تقریباً در تمامی حلقه‌های زنجیره ارزش رسانه، از تولید و ویرایش محتوا تا توزیع، توصیه‌گرهای هوشمند و تعامل با مخاطب، نقش تعیین‌کننده یافته است. نویسندگان نتیجه می‌گیرند که آینده رسانه‌ها نه بر مبنای حذف انسان، بلکه بر اساس الگوی «همکاری انسان و ماشین» شکل خواهد گرفت. بااین‌حال، آنان هشدار می‌دهند که افزایش وابستگی به الگوریتم‌ها ممکن است به کاهش تنوع محتوایی، تقویت سوگیری‌های داده‌محور و تضعیف شفافیت فرایندهای رسانه‌ای بینجامد (Guba&Lincoin 1994). اهمیت این مطالعه برای پژوهش حاضر در آن است که نشان می‌دهد همان چالش‌هایی که در تولید و مصرف رسانه مشاهده می‌شود، در پژوهش‌های رسانه‌ای نیز قابل انتظار است.

در نقطه‌ای نزدیک به این دیدگاه، دویدی و همکاران (۲۰۲۳) با تمرکز بر هوش مصنوعی مولد، استدلال می‌کنند که ابزارهایی مانند مدل‌های زبانی بزرگ، علاوه بر تحول در تولید محتوا، شیوه تولید دانش درباره رسانه را نیز تغییر خواهند داد. آنان معتقدند پژوهشگران رسانه دیگر تنها با افزایش حجم داده‌ها مواجه نیستند، بلکه با تغییر ماهیت داده‌ها نیز روبه‌رو هستند. داده‌های متنی، تصویری و صوتی که پیش‌تر عمدتاً توسط انسان تولید می‌شدند، اکنون به‌طور فزاینده محصول تعامل انسان و هوش مصنوعی هستند. این تغییر، تحلیل رسانه را با پرسش‌های تازه‌ای درباره اصالت داده، منشأ معنا و اعتبار تحلیل روبه‌رو ساخته است (Dwivedi et al., 2023)؛ بنابراین، آنان تأکید می‌کنند که تحول رسانه بدون تحول در روش‌شناسی پژوهش رسانه قابل‌فهم نخواهد بود.

در مقابل، برخی مطالعات با رویکردی انتقادی‌تر، بر مخاطرات معرفتی این تحول تأکید کرده‌اند. شماری از پژوهشگران بر این باورند که اتکای بیش‌ازاندازه به سامانه‌های هوشمند ممکن است پژوهش رسانه را به سمت «محاسبه‌گرایی» سوق دهد؛ رویکردی که در آن، اهمیت داده‌های کمّی و الگوهای آماری بر فهم زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و تفسیری غلبه می‌کند. از این منظر، هرچند هوش مصنوعی توان تحلیل میلیون‌ها داده را دارد، اما هنوز در درک بافت فرهنگی، کنش نمادین، طنز، استعاره و معانی ضمنی که از ویژگی‌های اصلی ارتباطات انسانی هستند، با محدودیت مواجه است. به همین دلیل، برخی نویسندگان هشدار داده‌اند که استفاده بدون تأمل از الگوریتم‌ها می‌تواند به

کاهش حساسیت نظری و ضعف در تفسیرهای عمیق منجر شود؛ موضوعی که به‌ویژه در پژوهش‌های کیفی رسانه اهمیت فراوان دارد (Creswell & Creswell, 2023).

مطالعات داخلی نیز، اگرچه ازنظر حجم و تنوع هنوز با ادبیات بین‌المللی فاصله دارند، اما روندی مشابه را نشان می‌دهند. پژوهش‌های انجام‌شده در ایران بیشتر بر کاربردهای هوش مصنوعی در روزنامه‌نگاری، مدیریت رسانه، تحلیل شبکه‌های اجتماعی، تولید محتوا و اخلاق رسانه متمرکز بوده‌اند و غالباً بر فرصت‌های افزایش سرعت، دقت و بهره‌وری تأکید کرده‌اند. در سال‌های اخیر، برخی پژوهش‌ها به موضوع سواد هوش مصنوعی، آموزش پژوهشگران و چالش‌های اخلاقی نیز پرداخته‌اند؛ بااین‌حال، کمتر مطالعه‌ای به‌صورت مستقیم به این پرسش پرداخته است که هوش مصنوعی چگونه مبانی روش‌شناختی پژوهش در مطالعات رسانه را دگرگون می‌کند. به‌بیان‌دیگر، ادبیات داخلی بیشتر کاربردمحور است تا روش‌شناسی‌محور و هنوز چارچوب نظری منسجمی برای تحلیل این تحول ارائه نشده است.

مقایسه مطالعات داخلی و خارجی نشان می‌دهد که هر دو جریان پژوهشی بر ظرفیت‌های هوش مصنوعی در توسعه پژوهش‌های رسانه‌ای اتفاق نظر دارند؛ اما تفاوت اصلی در سطح تحلیل آن‌هاست. بخش عمده‌ای از مطالعات خارجی از سطح کاربرد ابزارها فراتر رفته و به پیامدهای معرفتی، اخلاقی و نهادی این فناوری پرداخته‌اند، درحالی‌که بسیاری از پژوهش‌های داخلی هنوز در مرحله توصیف قابلیت‌های فناوری یا بررسی نمونه‌های کاربردی قرار دارند. این شکاف نشان می‌دهد که فضای مناسبی برای توسعه پژوهش‌های نظری و آینده‌پژوهانه در حوزه رسانه وجود دارد؛ پژوهش‌هایی که بتوانند به‌جای پاسخ دادن به این پرسش که «هوش مصنوعی چه ابزارهایی در اختیار پژوهشگر قرار می‌دهد»، به این پرسش بنیادین پاسخ دهند که «هوش مصنوعی چگونه منطق تولید دانش رسانه‌ای را دگرگون می‌کند.»

برآیند انتقادی این محور نشان می‌دهد که ادبیات موجود، تصویری نسبتاً روشن از آثار هوش مصنوعی بر تولید و مصرف رسانه ارائه کرده است؛ اما هنوز رابطه میان این تحولات و بازسازی روش‌شناسی پژوهش رسانه به‌صورت نظام‌مند تبیین نشده است. اغلب مطالعات بر فناوری، مخاطب یا محتوا تمرکز کرده‌اند و کمتر به این موضوع پرداخته‌اند که تغییر در ماهیت داده‌های رسانه‌ای، چگونه بر طراحی پژوهش، انتخاب روش، اعتبارسنجی یافته‌ها و نقش پژوهشگر اثر می‌گذارد. این خلأ، یکی از مهم‌ترین دلایل ضرورت پژوهش حاضر است و نشان می‌دهد که تحلیل آینده‌پژوهانه تحول

روش‌شناسی مطالعات رسانه، می‌تواند حلقه مفقوده ادبیات موجود را تکمیل کند.

جدول ۱. ماتریس تحلیلی پژوهش‌های پیشین درزمینهٔ هوش مصنوعی، روش‌شناسی پژوهش و مطالعات رسانه

نویسنده (سال)	حوزه مطالعه	مهم‌ترین یافته	محدودیت یا خلأ پژوهش	ارتباط با پژوهش حاضر
Russell & Norvig (2021)	مبانی هوش مصنوعی	تبیین مفاهیم، الگوریتم‌ها و عامل‌های هوشمند	تمرکز بر علوم رایانه و عدم پرداختن به روش‌شناسی علوم اجتماعی	فراهم‌کردن مبنای مفهومی برای تحلیل نقش هوش مصنوعی در پژوهش‌های رسانه‌ای
Crotty (1998)	معرفت‌شناسی و روش‌شناسی	تبیین رابطه معرفت‌شناسی، چارچوب نظری، روش‌شناسی و روش تحقیق	پیش از ظهور هوش مصنوعی تدوین‌شده و پیامدهای آن را بررسی نکرده است	مبنای تحلیل تحول معرفت‌شناختی پژوهش در عصر هوش مصنوعی
Guba & Lincoln (1994)	پارادایم‌های پژوهش	تبیین تفاوت پارادایم‌های اثبات‌گرایی، تفسیری و انتقادی	فاقد تحلیل نقش فناوری‌های هوشمند در تحول پارادایم‌ها	مبنای بررسی تحول نقش پژوهشگر و اعتبار دانش
Creswell & Creswell (2023)	طراحی پژوهش	تأکید بر انعطاف‌پذیری روش‌های کمی، کیفی و آمیخته در محیط‌های دیجیتال	تمرکز محدود بر هوش مصنوعی مولد	مبنای تحلیل تحول طراحی پژوهش در مطالعات رسانه
Dwivedi et al. (2023)	هوش مصنوعی مولد و پژوهش	بررسی فرصت‌ها، مخاطرات، اخلاق و آموزش در استفاده از ChatGPT و هوش مصنوعی مولد	تمرکز بر آموزش و مدیریت؛ فقدان چارچوب آینده‌پژوهانه	یکی از منابع اصلی تحلیل تحول روش‌شناسی پژوهش
Strayhorn & Johnson (2025)	گردآوری داده در عصر هوش مصنوعی	تبیین تحول روش‌های گردآوری داده و نگرش پژوهشگران به هوش مصنوعی	تمرکز بر گردآوری داده و عدم بررسی چرخه کامل پژوهش	مبنای تحلیل تحول مرحله گردآوری داده

نویسنده (سال)	حوزه مطالعه	مهم‌ترین یافته	محدودیت یا خلأ پژوهش	ارتباط با پژوهش حاضر
The Impact of Artificial Intelligence on the Future of Media Production and Use (2025)	رسانه و هوش مصنوعی	تبیین اثرات هوش مصنوعی بر تولید، توزیع و مصرف رسانه	تمرکز بر صنعت رسانه و نه روش‌شناسی پژوهش	مبنای تحلیل پیشران‌های تحول در مطالعات رسانه
مقالات مرتبط بااخلاق هوش مصنوعی (۲۰۲۳ـ ۲۰۲۵)	اخلاق پژوهش	تأکید بر سوگیری الگوریتمی، شفافیت، مالکیت فکری و پاسخ‌گویی	عدم ارائه مدل روش‌شناختی جامع	مبنای استخراج چالش‌های پژوهش آینده
مطالعات آینده‌پژوهی (Schwartz, 1991؛ Popper, 2008)	آینده‌پژوهی	معرفی سناریونویسی و تحلیل آینده‌های بدیل	تمرکز بر برنامه‌ریزی راهبردی و نه پژوهش رسانه	مبنای انتخاب روش سناریونویسی در این تحقیق
پژوهش‌های داخلی (۱۴۰۰ـ ۱۴۰۴)	رسانه و هوش مصنوعی	تمرکز بر کاربردهای هوش مصنوعی در روزنامه‌نگاری، تولید محتوا و شبکه‌های اجتماعی	پراکندگی موضوعی و فقدان چارچوب نظری منسجم برای تحول روش‌شناسی	نشان‌دهنده خلأ پژوهش در ادبیات فارسی

مدل مفهومی پژوهش (پیشنهادی)

با توجه به ادبیات مطالعه شده و در چارچوب اهداف این پژوهش مدل مفهومی این مطالعه در قابل جدول زیر فرموله شده است:

مدل مفهومی پیشنهادی

مؤلفه	عناصر اصلی	مستندات نظری
پیشران‌های تحول	هوش مصنوعی مولد، مدل‌های زبانی بزرگ، کلان‌داده، خودکارسازی پژوهش، تعامل انسان و ماشین	Russell & Norvig (2021)؛ Dwivedi et al. (2023)
ابعاد تحول روش‌شناختی	طراحی پژوهش، گردآوری داده، تحلیل داده، تفسیر یافته‌ها، اعتبار و بازتولیدپذیری، اخلاق پژوهش	Creswell & Creswell (2023)؛ Strayhorn & Johnson (2025)
چالش‌ها	سوگیری الگوریتمی، شفافیت، تبیین‌پذیری، مالکیت فکری، اصالت علمی، وابستگی فناورانه	Dwivedi et al. (2023)
الزامات	آموزش روش تحقیق، سواد هوش مصنوعی، دستورالعمل‌های اخلاقی، توسعه روش‌های ترکیبی انسان_هوش مصنوعی	Strayhorn & Johnson (2025)
آینده‌های محتمل	تحول تدریجی، هم‌تکاملی انسان و هوش مصنوعی، پژوهش هوشمند، وابستگی الگوریتمی	Schwartz (1991)؛ Popper (2008)

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، بنیادی توسعه‌ای است؛ زیرا درصدد تبیین و توسعه چارچوبی نظری برای تحلیل تحول روش‌شناسی پژوهش در مطالعات رسانه در عصر هوش مصنوعی است. از نظر راهبرد پژوهش، مطالعه حاضر بر پایه مرور نظام‌مند ادبیات[1] و آینده‌پژوهی با رویکرد سناریونویسی انجام شده است. انتخاب این راهبرد ازآن‌روست که پرسش اصلی پژوهش، ناظر بر شناخت روندهای تحول، استخراج پیشران‌های کلیدی و تبیین آینده‌های محتمل است؛ موضوعی که با روش‌های تجربی متعارف به‌تنهایی قابل پاسخ‌گویی نیست.

مرور نظام‌مند این امکان را فراهم می‌کند که یافته‌های پژوهش‌های پراکنده در حوزه هوش مصنوعی، روش‌شناسی پژوهش و مطالعات رسانه به‌صورت ساخت‌یافته گردآوری، ارزیابی و تلفیق شوند. سپس، بر پایه این شواهد، رویکرد آینده‌پژوهی امکان تحلیل مسیرهای تحول و تدوین سناریوهای آینده را فراهم می‌آورد.

در این پژوهش، مرور نظام‌مند بر اساس اصول شناخته‌شده مرورهای نظام‌مند، به‌ویژه چارچوب PRISMA[2] انجام شده است (Page et al., 2021). هرچند هدف

1. Systematic Literature Review

2. Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses

پژوهش حاضر، انجام فراتحلیل آماری نیست، اما مراحل شناسایی، غربالگری، ارزیابی و انتخاب مطالعات، مطابق منطق PRISMA طراحی شده تا شفافیت، قابلیت پیگیری و بازتولیدپذیری فرایند پژوهش تضمین شود.

جامعه مطالعاتی پژوهش شامل مقالات علمی، کتاب‌ها و گزارش‌های پژوهشی منتشرشده درباره هوش مصنوعی، روش تحقیق، آینده‌پژوهی و مطالعات رسانه بود. پس از جست‌وجوی اولیه، مطالعات بر اساس معیارهای از پیش تعیین‌شده شامل ارتباط مستقیم با موضوع، کیفیت علمی، تازگی و نقش آن‌ها در تبیین پرسش پژوهش ارزیابی شدند. درنهایت، مجموعه منابع منتخب، مبنای سنتز نظری و استخراج مؤلفه‌های مدل مفهومی پژوهش قرار گرفت.

آینده‌پژوهی و روش سناریونویسی

پس از پایان مرور نظام‌مند، داده‌های استخراج‌شده برای شناسایی پیشران‌های تحول، چالش‌ها، الزامات و روندهای مؤثر بر آینده پژوهش‌های رسانه‌ای مورداستفاده قرار گرفت. سپس، بر مبنای ادبیات آینده‌پژوهی سناریوهای آینده تدوین شدند (Schwartz, 1991).

در این پژوهش، سناریوها پیش‌بینی قطعی آینده تلقی نمی‌شوند، بلکه روایت‌هایی منسجم از آینده‌های محتمل هستند که بر اساس تعامل پیشران‌ها و عدم‌قطعیت‌های کلیدی شکل گرفته‌اند.

فرایند تحلیل داده‌ها

در این پژوهش، تحلیل داده‌ها در چهار مرحله انجام می‌شود:

مرحله نخست: استخراج مفاهیم و گزاره‌های کلیدی از منابع منتخب.

مرحله دوم: طبقه‌بندی مفاهیم در قالب پنج مؤلفه اصلی مدل نظری پژوهش.

مرحله سوم: تحلیل روابط میان مؤلفه‌ها و تبیین منطق تحول روش‌شناختی.

مرحله چهارم: تدوین سناریوهای آینده بر اساس پیشران‌ها، چالش‌ها و الزامات استخراج‌شده. بر این اساس، تحلیل نهایی پژوهش نه بر محور مقاله‌های منفرد، بلکه بر اساس سنتز شواهد صورت می‌گیرد و هر نتیجه، حاصل مقایسه و تلفیق مجموعه‌ای از مطالعات است.

یافته‌های پژوهش: سنتز شواهد حاصل از مرور نظام‌مند

در ذیل به ارائه یافته‌های پژوهش مبتنی بر سؤال‌های تحقیق می‌پردازیم:

پیشران‌های فناورانه مؤثر بر تحول روش‌شناسی پژوهش در مطالعات رسانه

مهم‌ترین پیشران‌های فناورانه مؤثر بر تحول روش‌شناسی پژوهش در مطالعات رسانه با ارائه شواهد:

ماتریس استخراج شواهد از مطالعات منتخب خارجی

منبع	پیشران‌های فناورانه استخراج‌شده	مؤلفه کلیدی مرتبط با تحول روش‌شناسی
Russell & Norvig (2021)، Artificial Intelligence: A Modern Approach	هوش مصنوعی، یادگیری ماشین، عامل‌های هوشمند	انتقال هوش مصنوعی از ابزار محاسباتی به عامل تصمیم‌یار در فرایند تولید دانش
Dwivedi et al. (2023)، So What if ChatGPT Wrote It?	هوش مصنوعی مولد، مدل‌های زبانی بزرگ (LLMs)	مشارکت هوش مصنوعی در طراحی پژوهش، مرور ادبیات، تولید متن و تحلیل اولیه داده
Kasneci et al. (2023)، ChatGPT for Good? On Opportunities and Challenges of Large Language Models for Education	مدل‌های زبانی بزرگ، یادگیری عمیق	تغییر رابطه پژوهشگر با ابزارهای هوشمند و شکل‌گیری همکاری انسان ماشین
van Dis et al. (2023)، ChatGPT: Five Priorities for Research	هوش مصنوعی مولد، سامانه‌های خودکار	ضرورت بازنگری در اعتبار علمی، بازتولیدپذیری و اخلاق پژوهش
Strayhorn & Johnson (2025)، Data Collection Methods in the Age of Artificial Intelligence	ابزارهای هوشمند گردآوری داده، تحلیل خودکار	تحول روش‌های گردآوری داده و استفاده از AI در طراحی ابزار پژوهش
Creswell & Creswell (2023)، Research Design	فناوری‌های دیجیتال، تحلیل داده هوشمند	توسعه روش‌های ترکیبی و بازتعریف مراحل طراحی پژوهش
Kitchin (2014)، The Data Revolution	کلان‌داده، داده‌های دیجیتال	تغییر مقیاس پژوهش از نمونه‌های محدود به تحلیل حجم گسترده داده
boyd & Crawford (2012)، Critical Questions for Big Data	کلان‌داده، تحلیل الگوریتمی	ظهور مسائل معرفت‌شناختی در تفسیر داده‌های عظیم
Floridi (2014)، The Fourth Revolution	محیط اطلاعاتی هوشمند، فناوری‌های شناختی	تغییر جایگاه انسان در نظام تولید و پردازش اطلاعات
Schwartz (1991)، The Art of the Long View	روندهای فناورانه و عدم‌قطعیت	استفاده از فناوری به‌عنوان عامل شکل‌دهنده آینده‌های بدیل

ماتریس استخراج شواهد از مطالعات داخلی

عنوان مطالعه	پیشران‌های فناورانه استخراج‌شده	مؤلفه کلیدی مرتبط با تحول روش‌شناسی
تحلیل آینده‌پژوهانه تحولات رسانه‌ای در بستر هوش مصنوعی: تبیین چارچوب تحلیلی مبتنی بر تحلیل روند و سناریوپردازی	هوش مصنوعی، فناوری‌های نوظهور، تحول دیجیتال	هوش مصنوعی به‌عنوان پیشران تغییر ساختار رسانه و ضرورت آینده‌نگری پژوهشی
پیامدشناسی فرهنگی توسعه هوش مصنوعی در رسانه‌های اجتماعی در ایران	رسانه‌های اجتماعی هوشمند، الگوریتم‌های توصیه‌گر	نقش الگوریتم‌ها در تغییر الگوهای ارتباطی و داده‌های پژوهش رسانه
آینده روزنامه‌نگاری و تأثیر هوش مصنوعی بر محتوای رسانه‌ای	هوش مصنوعی مولد، تولید خودکار محتوا	تغییر موضوعات و روش‌های مطالعه تولید محتوا
آینده‌پژوهی کاربردهای هوش مصنوعی در صنایع رسانه	اتوماسیون، تحلیل هوشمند، فناوری‌های نوین	حرکت رسانه‌ها به سمت مدیریت و تولید هوشمند
مرور نظام‌مند پژوهش‌های حوزه آینده‌پژوهی رسانه با تمرکز بر فناوری‌های نوین	فناوری‌های نوظهور، آینده‌پژوهی	ضرورت پیوند مطالعات رسانه با رویکردهای آینده‌پژوهانه
تحول رسانه‌ها و ارتباطات انسانی در عصر هوش مصنوعی و فناوری‌های نوظهور	هوش مصنوعی، ارتباطات هوشمند	بازتعریف رابطه انسان، رسانه و فناوری
نقش هوش مصنوعی در آینده مدیریت رسانه	سیستم‌های تصمیم‌یار، تحلیل داده	کاربرد AI در تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری رسانه‌ای

تحلیل و سنتز یافته‌ها

مرور نظام‌مند مطالعات نشان می‌دهد که تحول روش‌شناسی پژوهش در مطالعات رسانه، حاصل ظهور یک فناوری منفرد نیست، بلکه نتیجه هم‌افزایی مجموعه‌ای از پیشران‌های فناورانه است. در میان این پیشران‌ها، هوش مصنوعی مولد و مدل‌های زبانی بزرگ بیشترین نقش را در تغییر منطق پژوهش ایفا کرده‌اند؛ زیرا برخلاف فناوری‌های پیشین که عمدتاً در مرحله پردازش داده به کار گرفته می‌شدند، اکنون در مراحل پیشین پژوهش، از شکل‌دهی مسئله و تولید ایده تا تحلیل و تفسیر یافته‌ها حضور یافته‌اند.

یکی از یافته‌های اصلی این مرور آن است که هوش مصنوعی در حال تغییر جایگاه پژوهشگر از «کاربر ابزار» به «مدیر تعامل انسان ماشین» است. در الگوی سنتی، پژوهشگر تمامی مراحل تولید دانش را شخصاً انجام می‌داد و فناوری نقش کمکی

داشت؛ اما در الگوی نوین، بخشی از فعالیت‌های شناختی مانند جست‌وجوی اطلاعات، طبقه‌بندی داده‌ها، تشخیص الگوها و تولید پیش‌نویس‌های تحلیلی توسط سامانه‌های هوشمند انجام می‌شود. این تحول، ضرورت بازنگری در تعریف مهارت‌های پژوهشی و صلاحیت‌های روش‌شناختی پژوهشگر رسانه را ایجاد کرده است.

همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که کلان‌داده یکی دیگر از پیشران‌های اساسی این تحول است. رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی حجم عظیمی از داده‌های رفتاری، متنی و تعاملی تولید می‌کنند که روش‌های سنتی پژوهش رسانه توان پردازش آن‌ها را ندارند؛ بنابراین، هوش مصنوعی نه‌فقط یک ابزار تحلیل، بلکه زیرساختی برای شکل‌گیری نسل جدیدی از پژوهش‌های رسانه‌ای داده‌محور محسوب می‌شود.

مطالعات داخلی نیز این روند را تأیید می‌کنند، اما تفاوت مهمی میان ادبیات داخلی و خارجی مشاهده می‌شود. در مطالعات خارجی، تأکید بیشتر بر پیامدهای روش‌شناختی و معرفت‌شناختی هوش مصنوعی در تولید دانش است، درحالی‌که پژوهش‌های داخلی بیشتر بر تحولات صنعت رسانه، روزنامه‌نگاری، مدیریت رسانه و پیامدهای فرهنگی تمرکز دارند. این تفاوت نشان می‌دهد که یکی از خلأهای موجود در ادبیات داخلی، توجه محدود به بازتعریف روش تحقیق رسانه در عصر هوش مصنوعی است.

ابعاد تحول روش‌شناختی پژوهش‌های رسانه‌ای در عصر هوش مصنوعی

نقش هوش مصنوعی در پژوهش ها

مرور نظام‌مند منابع نشان می‌دهد که نقش هوش مصنوعی بر پژوهش رسانه‌ای محدود به مرحله تحلیل داده نیست، بلکه کل چرخه پژوهش را تحت تأثیر قرار داده است. در الگوی سنتی پژوهش، مراحل طراحی مسئله، گردآوری داده، تحلیل، تفسیر و ارزیابی اعتبار عمدتاً توسط پژوهشگر انجام می‌شد؛ اما در عصر هوش مصنوعی، این مراحل به‌سوی الگوی همکاری انسان ماشین حرکت کرده‌اند.

ماتریس استخراج شواهد از مطالعات منتخب خارجی

منبع	طراحی پژوهش	گردآوری داده	تحلیل داده	تفسیر یافته‌ها	اعتبار، پایایی و بازتولیدپذیری
Dwivedi et al. (2023)، So What if ChatGPT Wrote It?	کمک AI در ایده‌پردازی، تدوین سؤال و چارچوب اولیه	استخراج و سازمان‌دهی اطلاعات	تحلیل متون و تولید محتوای اولیه	مشارکت در تولید تفسیرهای اولیه	ضرورت نظارت انسانی و ارزیابی صحت خروجی
Strayhorn & Johnson (2025)، Data Collection Methods in the Age of Artificial Intelligence	طراحی ابزارهای پژوهش با کمک AI	پرسشنامه‌سازی، نمونه‌گیری و گردآوری هوشمند داده	پردازش خودکار داده‌ها	کمک به شناسایی الگوها	توجه به کیفیت داده و اعتبار ابزار
Kasneci et al. (2023)، ChatGPT for Good?	پیشنهاد مسیرهای پژوهشی و تولید ایده	تعامل هوشمند با منابع اطلاعاتی	خلاصه‌سازی و تحلیل متون	تولید تفسیرهای احتمالی	خطر خطای الگوریتمی و نیاز به ارزیابی انسانی
van Dis et al. (2023)، ChatGPT: Five Priorities for Research	بازنگری در نقش پژوهشگر	استفاده از AI در فرایند پژوهش	افزایش سرعت تحلیل	تغییر نقش پژوهشگر در تفسیر	ضرورت شفافیت کاربرد AI
Kitchin (2014)، The Data Revolution	پژوهش داده‌محور	دسترسی به منابع عظیم داده	تحلیل کلان‌داده	کشف الگوهای ارتباطی	چالش اعتبار داده‌های دیجیتال
boyd & Crawford (2012)، Critical Questions for Big Data	تغییر منطق طراحی پژوهش	داده‌های شبکه‌های اجتماعی	تحلیل الگوریتمی داده	خطر تفسیر بیش‌ازحد داده	اهمیت زمینه اجتماعی داده
Creswell & Creswell (2023)، Research Design	توسعه روش‌های ترکیبی	ترکیب داده‌های کمی و کیفی	تحلیل چندروشی	ادغام تفسیر انسانی و ماشینی	حفظ معیارهای اعتبار پژوهش
Floridi (2014)، The Fourth Revolution	تغییر جایگاه انسان در تولید دانش	محیط‌های اطلاعاتی هوشمند	پردازش اطلاعاتی گسترده	بازتعریف رابطه انسان و فناوری	ضرورت بازاندیشی معرفت‌شناختی

ماتریس استخراج شواهد از مطالعات داخلی

عنوان مطالعه	طراحی پژوهش	گردآوری داده	تحلیل داده	تفسیر یافته‌ها	پیامد روش‌شناختی
تحلیل آینده‌پژوهانه تحولات رسانه‌ای در بستر هوش مصنوعی	استفاده از روندپژوهی و سناریو	داده‌های روندی و فناورانه	تحلیل روند و سناریو	تبیین آینده‌های محتمل رسانه	ضرورت استفاده از روش‌های آینده‌پژوهانه
آینده روزنامه‌نگاری و تأثیر هوش مصنوعی بر محتوای رسانه‌ای	بازتعریف موضوعات پژوهش رسانه	داده‌های تولید محتوا	تحلیل محتوای هوشمند	تغییر معیارهای ارزیابی محتوا	تحول روش مطالعه تولید رسانه
آینده‌پژوهی کاربردهای هوش مصنوعی در صنایع رسانه	تحلیل نظام رسانه‌ای آینده	داده‌های صنعتی و فناورانه	تحلیل راهبردی	شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها	حرکت به‌سوی پژوهش آینده‌محور
پیامدشناسی فرهنگی توسعه هوش مصنوعی در رسانه‌های اجتماعی ایران	مطالعه پیامدهای اجتماعی فناوری	داده‌های رسانه‌های اجتماعی	تحلیل فرهنگی	تفسیر تعامل انسان و الگوریتم	توجه به زمینه فرهنگی داده
نقش هوش مصنوعی در آینده مدیریت رسانه	مطالعه تصمیم‌گیری رسانه‌ای	داده‌های مدیریتی	تحلیل هوشمند اطلاعات	تصمیم‌سازی مبتنی بر داده	تغییر روش‌های پژوهش مدیریت رسانه

تحلیل و سنتز یافته‌ها

یافته‌های مرور نظام‌مند نشان می‌دهد که هوش مصنوعی چهار تحول بنیادین در روش‌شناسی پژوهش رسانه ایجاد کرده است.

نخست: تحول در طراحی پژوهش

یکی از مهم‌ترین یافته‌ها آن است که هوش مصنوعی مرحله طراحی پژوهش را از یک فعالیت کاملاً انسانی به یک فرایند تعاملی تبدیل کرده است. پژوهشگر می‌تواند از مدل‌های زبانی بزرگ برای تولید ایده، شناسایی شکاف‌های پژوهشی، تدوین پرسش‌ها و حتی پیشنهاد چارچوب‌های نظری اولیه استفاده کند. بااین‌حال، مطالعات تأکید دارند که هوش مصنوعی جایگزین تصمیم روش‌شناختی پژوهشگر نیست، بلکه به‌عنوان یک شریک شناختی عمل می‌کند (Dwivedi et al., 2023).

این تحول در مطالعات رسانه اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا حوزه رسانه همواره با پدیده‌های سریع‌التغییر، داده‌های پیچیده و موضوعات نوظهور مواجه است؛ بنابراین،

توانایی AI در پردازش ادبیات گسترده و شناسایی روابط میان مفاهیم می‌تواند سرعت شکل‌گیری طرح‌های پژوهشی جدید را افزایش دهد.

دوم: تحول در گردآوری داده

مطالعات نشان می‌دهند که گردآوری داده در پژوهش رسانه بیش از هر بخش دیگری تحت تأثیر هوش مصنوعی قرار گرفته است. درگذشته، پژوهش‌های رسانه‌ای اغلب بر نمونه‌های محدود، مصاحبه‌ها یا تحلیل محتوای دستی متکی بودند؛ اما اکنون داده‌های شبکه‌های اجتماعی، تعاملات کاربران، تصاویر، ویدئوها و متن‌های دیجیتال می‌توانند در مقیاس وسیع جمع‌آوری و پردازش شوند.

این تحول امکان مطالعه رفتارهای ارتباطی در مقیاس کلان را فراهم کرده است؛ اما هم‌زمان پرسش‌هایی درباره حریم خصوصی، رضایت کاربران و مالکیت داده ایجاد کرده است.

سوم: تحول در تحلیل داده

مهم‌ترین تغییر روش‌شناختی در تحلیل داده رخ داده است. هوش مصنوعی امکان تحلیل حجم گسترده‌ای از داده‌های متنی، تصویری و صوتی را فراهم کرده و روش‌هایی مانند تحلیل احساسات، تحلیل شبکه، پردازش زبان طبیعی و تشخیص الگو را وارد مطالعات رسانه کرده است.

درنتیجه، مرز میان روش‌های کمی و کیفی در حال تغییر است. پژوهشگر رسانه در آینده کمتر به انتخاب یک روش محدود خواهد شد و بیشتر از ترکیب روش‌های انسانی و الگوریتمی استفاده خواهد کرد.

چهارم: تحول در تفسیر یافته‌ها و اعتبار پژوهش

یکی از مهم‌ترین یافته‌های مرور منابع این است که هوش مصنوعی اگرچه توان تحلیل را افزایش می‌دهد، اما مسئله اصلی همچنان تفسیر انسانی باقی می‌ماند. الگوریتم می‌تواند الگوها را شناسایی کند، اما معنا، زمینه اجتماعی و پیامدهای فرهنگی یافته‌ها نیازمند قضاوت پژوهشگر است.

از این منظر، آینده پژوهش رسانه نه حذف پژوهشگر، بلکه شکل‌گیری الگوی جدیدی از همکاری میان انسان و ماشین خواهد بود.

چالش‌های معرفت‌شناختی، روش‌شناختی، اخلاقی و حرفه‌ای ناشی از کاربرد هوش مصنوعی در پژوهش‌های رسانه‌ای

مهم‌ترین چالش‌های معرفت‌شناختی، روش‌شناختی، اخلاقی و حرفه‌ای ناشی از کاربرد هوش مصنوعی

مرور نظام‌مند منابع نشان می‌دهد که هرچند هوش مصنوعی ظرفیت‌های گسترده‌ای برای توسعه پژوهش‌های رسانه‌ای فراهم کرده است، اما هم‌زمان مجموعه‌ای از چالش‌های بنیادین را نیز در سطوح معرفت‌شناختی، روش‌شناختی، اخلاقی و حقوقی پدید آورده است. این چالش‌ها صرفاً محدود به مسائل فنی نیستند، بلکه مبانی تولید، اعتبارسنجی و تفسیر دانش را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهند.

ماتریس استخراج شواهد از مطالعات منتخب خارجی

منبع	چالش‌های معرفت‌شناختی	چالش‌های روش‌شناختی	چالش‌های اخلاقی و حقوقی	دلالت برای پژوهش رسانه
Dwivedi et al. (2023)، So What if ChatGPT Wrote It?	اعتماد به تولید دانش ماشینی	وابستگی به خروجی مدل‌های زبانی	اصالت علمی، مالکیت فکری، افشای استفاده از AI	تدوین دستورالعمل‌های استفاده مسئولانه
van Dis et al. (2023)، ChatGPT: Five Priorities for Research	اعتبار معرفتی خروجی AI	بازتولیدپذیری نتایج	شفافیت در استفاده از AI	نظارت انسانی بر همه مراحل پژوهش
Kasneci et al. (2023)، ChatGPT for Good?	خطاهای استدلالی مدل‌ها	سوگیری داده‌های آموزشی	مسئولیت علمی پژوهشگر	کنترل و راستی‌آزمایی خروجی‌ها
Strayhorn & Johnson (2025)، Data Collection Methods in the Age of Artificial Intelligence	اعتبار داده‌های تولیدشده	کیفیت ابزارهای هوشمند گردآوری داده	رضایت آگاهانه، حریم خصوصی	بازنگری در شیوه‌های گردآوری داده
boyd & Crawford (2012)، Critical Questions for Big Data	تقلیل واقعیت اجتماعی به داده	تعمیم‌پذیری تحلیل کلان‌داده	حریم خصوصی کاربران	توجه به زمینه اجتماعی داده
Floridi (2014)، The Fourth Revolution	بازتعریف مفهوم معرفت	وابستگی شناخت به فناوری	مسئولیت اخلاقی در محیط اطلاعاتی	بازاندیشی در فلسفه پژوهش

منبع	چالش‌های معرفت‌شناختی	چالش‌های روش‌شناختی	چالش‌های اخلاقی و حقوقی	دلالت برای پژوهش رسانه
Russell & Norvig (2021)	اعتماد به تصمیم الگوریتم	شفافیت مدل‌های هوشمند	مسئولیت تصمیم‌های مبتنی بر AI	لزوم تبیین‌پذیری الگوریتم‌ها
UNESCO (2021)، Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence	عدالت معرفتی	حکمرانی داده	حقوق بشر، عدالت، شفافیت و پاسخ‌گویی	تدوین چارچوب اخلاق پژوهش مبتنی بر AI

ماتریس استخراج شواهد از مطالعات منتخب داخلی

عنوان مطالعه	چالش‌های اصلی	دلالت روش‌شناختی
پیامدشناسی فرهنگی توسعه هوش مصنوعی در رسانه‌های اجتماعی در ایران	سوگیری فرهنگی، حریم خصوصی، اعتماد عمومی	ضرورت بومی‌سازی چارچوب‌های اخلاقی
آینده روزنامه‌نگاری و تأثیر هوش مصنوعی بر محتوای رسانه‌ای	اصالت محتوا، جعل عمیق، مسئولیت حرفه‌ای	بازتعریف معیارهای اعتبار محتوا
تحلیل آینده‌پژوهانه تحولات رسانه‌ای در بستر هوش مصنوعی	عدم آمادگی سیاستی و نهادی	تدوین سیاست‌های آینده‌نگر
آینده‌پژوهی کاربردهای هوش مصنوعی در صنایع رسانه	وابستگی فناورانه	توسعه ظرفیت‌های بومی
تحول رسانه‌ها و ارتباطات انسانی در عصر هوش مصنوعی	کاهش نقش عامل انسانی	حفظ نقش تفسیر انسانی در پژوهش
نقش هوش مصنوعی در آینده مدیریت رسانه	تمرکز تصمیم‌گیری الگوریتمی	ضرورت نظارت انسانی بر تصمیم‌های هوشمند

تحلیل و سنتز یافته‌ها

الف) چالش‌های معرفت‌شناختی

تحلیل منابع نشان می‌دهد که بنیادی‌ترین چالش هوش مصنوعی، تغییر در منشأ تولید معرفت است. در روش‌شناسی کلاسیک، اعتبار دانش بر استدلال پژوهشگر، مشاهده نظام‌مند و داوری علمی استوار بود؛ اما با ورود هوش مصنوعی، بخشی از فرایند شناخت به الگوریتم‌هایی واگذار شده است که اغلب منطق درونی آن‌ها برای پژوهشگر شفاف نیست. این وضعیت، پرسش‌هایی درباره اعتبار معرفتی، قابلیت اعتماد و جایگاه قضاوت انسانی ایجاد کرده است (van Dis et al., 2023؛ Floridi, 2014).

در مطالعات رسانه، این چالش اهمیت بیشتری دارد؛ زیرا موضوع پژوهش، رفتارهای انسانی، معانی فرهنگی و فرایندهای ارتباطی است؛ بنابراین، هرچند هوش مصنوعی در کشف الگوها توانمند است، اما درک زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی همچنان نیازمند تفسیر انسانی باقی می‌ماند.

ب) چالش‌های روش‌شناختی

مرور نظام‌مند نشان می‌دهد که گسترش استفاده از هوش مصنوعی، معیارهای کلاسیک اعتبار، پایایی و بازتولیدپذیری را با بازتعریف مواجه کرده است. یکی از مهم‌ترین چالش‌ها، سوگیری الگوریتمی است؛ زیرا مدل‌های هوشمند بر پایه داده‌های آموزشی عمل می‌کنند و اگر این داده‌ها دارای سوگیری باشند، نتایج پژوهش نیز متأثر از همان سوگیری خواهد بود. علاوه بر این، تغییر مداوم نسخه‌های مدل‌های زبانی بزرگ، بازتولید دقیق نتایج را دشوار می‌کند و ضرورت مستندسازی نسخه مدل، نوع دستورات (Prompt) و شرایط اجرای پژوهش را افزایش می‌دهد.

ج) چالش‌های اخلاقی و حقوقی

تقریباً تمامی مطالعات بررسی‌شده بر این نکته تأکید دارند که مهم‌ترین دغدغه اخلاقی، حفظ اصالت علمی است. استفاده از هوش مصنوعی در نگارش، تحلیل یا تولید محتوا، اگر بدون شفافیت و نظارت انجام شود، می‌تواند مرز میان مشارکت فناورانه و تولید مستقل علمی را مخدوش کند. در کنار این موضوع، مسائل مربوط به مالکیت فکری، حریم خصوصی، رضایت آگاهانه، عدالت الگوریتمی و پاسخ‌گویی پژوهشگر نیز به‌عنوان چالش‌های اساسی مطرح شده‌اند. توصیه‌نامه یونسکو درباره اخلاق هوش مصنوعی (۲۰۲۱) نیز بر ضرورت توسعه چارچوب‌های حکمرانی اخلاقی تأکید می‌کند.

مقایسه مطالعات داخلی و خارجی

مقایسه مطالعات نشان می‌دهد که ادبیات بین‌المللی بیشتر بر مباحث فلسفه علم، اعتبار معرفت، شفافیت الگوریتمی و حکمرانی اخلاقی متمرکز است؛ درحالی‌که مطالعات داخلی بیشتر پیامدهای فرهنگی، اجتماعی و مدیریتی هوش مصنوعی در رسانه را بررسی کرده‌اند. این تفاوت نشان می‌دهد که ادبیات داخلی هنوز به‌اندازه کافی به ابعاد معرفت‌شناختی و روش‌شناختی استفاده از هوش مصنوعی در پژوهش رسانه نپرداخته و این پژوهش می‌تواند بخشی از این خلأ را پوشش دهد.

الزامات علمی، آموزشی و نهادی برای بهره‌گیری مسئولانه و اثربخش از هوش مصنوعی

چه الزامات علمی، آموزشی و سیاستی برای بهره‌گیری مسئولانه و اثربخش از هوش مصنوعی در پژوهش‌های رسانه ضروری است؟

مرور نظام‌مند منابع نشان می‌دهد که تحول روش‌شناسی پژوهش در عصر هوش مصنوعی، صرفاً با توسعه فناوری محقق نمی‌شود، بلکه مستلزم بازآرایی نظام آموزش، سیاست‌گذاری علمی، استانداردهای اخلاق پژوهش و ارتقای توانمندی‌های پژوهشگران است. تقریباً همه مطالعات بر این نکته تأکید دارند که آینده پژوهش رسانه بیش از آنکه به پیشرفت فناوری وابسته باشد، به کیفیت حکمرانی علمی و آمادگی نهادهای پژوهشی وابسته است.

ماتریس استخراج شواهد از مطالعات منتخب خارجی

منبع	الزامات علمی	الزامات آموزشی	الزامات نهادی و سیاستی	دلالت برای پژوهش رسانه
Dwivedi et al. (2023)، So What if ChatGPT Wrote It?	بازنگری در روش تحقیق و استانداردهای انتشار	آموزش کاربرد مسئولانه AI	تدوین دستورالعمل‌های استفاده از AI در پژوهش	نهادینه‌سازی شفافیت در استفاده از AI
van Dis et al. (2023)، ChatGPT: Five Priorities for Research	مستندسازی فرایندهای مبتنی بر AI	آموزش ارزیابی انتقادی خروجی‌ها	سیاست‌های افشای استفاده از AI	ارتقای قابلیت بازتولید پژوهش
Strayhorn & Johnson (2025)، Data Collection Methods in the Age of Artificial Intelligence	استانداردسازی ابزارهای گردآوری داده	آموزش طراحی ابزارهای هوشمند	نظام تضمین کیفیت داده	بهبود اعتبار داده‌های رسانه‌ای
UNESCO (2021)، Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence	عدالت، شفافیت و پاسخ‌گویی	توسعه سواد اخلاقی AI	حکمرانی داده و چارچوب‌های حقوقی	استقرار اخلاق پژوهش مبتنی بر AI
OECD (2024)، AI Principles	توسعه پژوهش مسئولانه	آموزش مهارت‌های دیجیتال	سیاست‌گذاری نوآوری مسئولانه	هم‌راستاسازی پژوهش با حکمرانی AI
Creswell & Creswell (2023)، Research Design	توسعه روش‌های ترکیبی	آموزش روش‌های آمیخته	بازنگری برنامه‌های درسی	توانمندسازی پژوهشگران
Floridi (2014)، The Fourth Revolution	بازاندیشی در فلسفه علم	آموزش تفکر انتقادی	تقویت مسئولیت‌پذیری علمی	حفظ نقش انسان در تولید دانش

ماتریس استخراج شواهد از مطالعات منتخب داخلی

عنوان مطالعه	الزامات علمی	الزامات آموزشی	الزامات سیاستی و نهادی
تحلیل آینده‌پژوهانه تحولات رسانه‌ای در بستر هوش مصنوعی	توسعه پژوهش‌های آینده‌پژوهانه	آموزش آینده‌نگری	سیاست‌گذاری آینده‌محور
آینده‌پژوهی کاربردهای هوش مصنوعی در صنایع رسانه	توسعه زیرساخت پژوهش	آموزش فناوری‌های نوین	سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های رسانه
آینده روزنامه‌نگاری و تأثیر هوش مصنوعی بر محتوای رسانه‌ای	تدوین استانداردهای حرفه‌ای	آموزش روزنامه‌نگاری هوشمند	مقررات استفاده از AI در رسانه
پیامدشناسی فرهنگی توسعه هوش مصنوعی در رسانه‌های اجتماعی ایران	بومی‌سازی چارچوب‌های اخلاقی	ارتقای سواد رسانه‌ای و هوش مصنوعی	حکمرانی فرهنگی و حمایت از حقوق کاربران
نقش هوش مصنوعی در آینده مدیریت رسانه	بازنگری در مدیریت رسانه	آموزش مدیران رسانه	توسعه نظام تصمیم‌سازی هوشمند
تحول رسانه‌ها و ارتباطات انسانی در عصر هوش مصنوعی	تقویت پژوهش‌های میان‌رشته‌ای	آموزش مهارت‌های ارتباطی نوین	هماهنگی سیاست‌های ارتباطی و فناوری

تحلیل و سنتز یافته‌ها

الف) بازنگری در آموزش روش تحقیق

یکی از مهم‌ترین یافته‌های مرور نظام‌مند آن است که آموزش سنتی روش تحقیق دیگر پاسخگوی نیازهای پژوهش در عصر هوش مصنوعی نیست. اغلب مطالعات بر ضرورت بازنگری در برنامه‌های آموزشی تأکید دارند تا مهارت‌هایی مانند طراحی پژوهش با کمک هوش مصنوعی، ارزیابی انتقادی خروجی مدل‌های زبانی، مستندسازی تعامل با سامانه‌های هوشمند و مدیریت داده‌های بزرگ به آموزش‌های دانشگاهی افزوده شود؛ بنابراین، آموزش روش تحقیق باید از آموزش ابزارها فراتر رفته و به آموزش «تفکر روش‌شناختی در تعامل با هوش مصنوعی» تبدیل شود.

ب) ارتقای سواد هوش مصنوعی پژوهشگران

مرور منابع نشان می‌دهد که یکی از مهم‌ترین پیش‌شرط‌های بهره‌گیری مؤثر از هوش مصنوعی، ارتقای سواد هوش مصنوعی پژوهشگران است. این سواد تنها به توانایی

استفاده از نرم‌افزارها محدود نمی‌شود، بلکه شامل شناخت قابلیت‌ها، محدودیت‌ها، سوگیری‌ها، پیامدهای اخلاقی و شیوه ارزیابی خروجی‌های هوش مصنوعی نیز هست. بدون این مهارت‌ها، خطر وابستگی غیرانتقادی به فناوری و کاهش کیفیت پژوهش افزایش خواهد یافت.

ج) تدوین چارچوب‌های اخلاقی و سیاستی

یافته‌ها نشان می‌دهد که توسعه هوش مصنوعی در پژوهش رسانه نیازمند چارچوب‌های شفاف اخلاقی و حقوقی است. این چارچوب‌ها باید موضوعاتی مانند افشای استفاده از هوش مصنوعی، مسئولیت پژوهشگر، حفظ حریم خصوصی، مالکیت فکری، مدیریت داده‌ها و پاسخ‌گویی در برابر خطاهای الگوریتمی را پوشش دهند. مطالعات بین‌المللی به‌ویژه بر ضرورت هم‌راستایی سیاست‌های پژوهشی با اصول اخلاقی تأکید دارند و مطالعات داخلی نیز بر بومی‌سازی این چارچوب‌ها در بافت فرهنگی و حقوقی ایران تأکید کرده‌اند.

د) توسعه الگوی پژوهش ترکیبی انسان هوش مصنوعی

تقریباً همه مطالعات بررسی‌شده بر این نکته توافق دارند که آینده پژوهش رسانه نه در حذف پژوهشگر و نه در اتکای کامل به هوش مصنوعی، بلکه در توسعه الگوی همکاری انسان هوش مصنوعی است. در این الگو، هوش مصنوعی وظایف پردازشی، تحلیل اولیه و مدیریت داده را بر عهده دارد و پژوهشگر مسئول طراحی، قضاوت علمی، تفسیر، نقد و ارزیابی نهایی است. این تقسیم نقش می‌تواند هم بهره‌وری پژوهش را افزایش دهد و هم از آسیب‌های ناشی از وابستگی کامل به فناوری جلوگیری کند.

سناریوهای محتمل تحول روش‌شناسی پژوهش در مطالعات رسانه

برای شناخت محتمل‌ترین سناریوهای تحول روش‌شناسی پژوهش در مطالعات رسانه در دهه آینده مرور نظام‌مند نشان داد که روندهای فناورانه، تغییرات روش‌شناختی، چالش‌های معرفتی و الزامات نهادی، همگی بر آینده پژوهش‌های رسانه‌ای اثرگذارند. ترکیب این روندها چهار سناریوی اصلی را پیش روی نظام پژوهش رسانه قرار می‌دهد که هر یک پیامدهای متفاوتی برای نقش پژوهشگر، روش تحقیق، اعتبار علمی و حکمرانی پژوهش خواهند داشت.

ماتریس سنتز شواهد برای تدوین سناریوهای آینده

سناریو	پیشران‌های غالب	ویژگی‌های روش‌شناختی	فرصت‌ها	مخاطرات
تحول تدریجی	توسعه تدریجی هوش مصنوعی، اصلاح آموزش و سیاست‌گذاری	استفاده محدود و کنترل‌شده از AI در مراحل پژوهش	افزایش بهره‌وری، بهبود کیفیت تحلیل	مقاومت نهادی، کندی تحول
هم‌تکاملی انسان ـ هوش مصنوعی	مدل‌های زبانی بزرگ، یادگیری ماشین، توسعه سواد AI	تقسیم کار میان پژوهشگر و سامانه‌های هوشمند	ارتقای کیفیت پژوهش، حفظ قضاوت انسانی	نیاز به آموزش مستمر و استانداردهای جدید
پژوهش هوشمند	خودکارسازی گسترده، کلان‌داده، تحلیل پیشرفته	خودکارسازی بسیاری از مراحل پژوهش همراه با نظارت انسانی	پژوهش سریع‌تر، تحلیل داده‌های عظیم، توسعه روش‌های نو	وابستگی فناورانه، پیچیدگی کنترل کیفیت
وابستگی الگوریتمی	سلطه پلتفرم‌های هوش مصنوعی، ضعف حکمرانی علمی	اتکای بیش از حد به خروجی الگوریتم‌ها	کاهش هزینه و زمان پژوهش	افت خلاقیت، کاهش اصالت علمی، افزایش سوگیری

تحلیل و سنتز یافته‌ها

سناریوی نخست: تحول تدریجی

این سناریو بر این فرض استوار است که هوش مصنوعی به‌تدریج در فرایندهای پژوهشی ادغام می‌شود، اما پژوهشگر همچنان نقش اصلی را در طراحی، تحلیل و تفسیر حفظ می‌کند. دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی نیز به‌مرور برنامه‌های آموزشی و آیین‌نامه‌های خود را با فناوری‌های نوین هماهنگ می‌کنند. در این وضعیت، هوش مصنوعی بیشتر نقش تسهیل‌کننده دارد تا جایگزین.

این سناریو با بخش مهمی از مطالعات خارجی همخوانی دارد که بر استفاده مسئولانه و تدریجی از هوش مصنوعی تأکید کرده‌اند و در برخی مطالعات داخلی نیز بازتاب یافته است. مزیت اصلی آن کاهش ریسک‌های اخلاقی و حفظ اعتبار علمی است؛ هرچند سرعت تحول در این سناریو نسبتاً محدود خواهد بود.

سناریوی دوم: هم‌تکاملی انسان ـ هوش مصنوعی

بر اساس شواهد مرور نظام‌مند، محتمل‌ترین آینده، نه حذف پژوهشگر و نه سلطه کامل هوش مصنوعی، بلکه شکل‌گیری الگویی از همکاری شناختی میان انسان و ماشین است. در این سناریو، هوش مصنوعی وظایف پردازشی، جست‌وجوی منابع، تحلیل داده و تولید پیش‌نویس را بر عهده دارد، درحالی‌که پژوهشگر مسئول طراحی مسئله، ارزیابی انتقادی، تفسیر نتایج و داوری علمی باقی می‌ماند.

در این الگو، مفهوم «پژوهشگر» نیز بازتعریف می‌شود. پژوهشگر آینده باید علاوه بر تسلط بر روش‌های کلاسیک، از سواد هوش مصنوعی، توانایی طراحی دستورهای مؤثر برای مدل‌های زبانی، ارزیابی سوگیری‌های الگوریتمی و مدیریت تعامل با سامانه‌های هوشمند برخوردار باشد. به همین دلیل، این سناریو ازنظر شواهد استخراج‌شده، محتمل‌ترین و مطلوب‌ترین سناریو برای دهه آینده ارزیابی می‌شود.

سناریوی سوم: پژوهش هوشمند

در این سناریو، هوش مصنوعی به زیرساخت اصلی نظام پژوهش تبدیل می‌شود. طراحی پژوهش، مرور ادبیات، گردآوری داده، تحلیل آماری، تحلیل کیفی، نگارش اولیه گزارش و حتی پیشنهاد مسیرهای پژوهشی، همگی با پشتیبانی سامانه‌های هوشمند انجام می‌شوند. پژوهش رسانه از الگوی سنتی «پژوهشگرمحور» به الگوی «اکوسیستم پژوهش هوشمند» تغییر می‌یابد.

پیامد این تحول، افزایش سرعت تولید دانش، امکان تحلیل داده‌های کلان و توسعه روش‌های میان‌رشته‌ای است. بااین‌حال، استمرار این سناریو وابسته به وجود زیرساخت‌های فناورانه، نظام‌های تضمین کیفیت و چارچوب‌های اخلاقی شفاف خواهد بود؛ در غیر این صورت، خطر کاهش اعتماد عمومی به یافته‌های پژوهشی افزایش می‌یابد.

سناریوی چهارم: وابستگی الگوریتمی

این سناریو نامطلوب‌ترین آینده محتمل است. در چنین وضعیتی، پژوهشگران به‌تدریج بخش عمده‌ای از فعالیت‌های شناختی خود را به سامانه‌های هوشمند واگذار می‌کنند و نقش آن‌ها به نظارت حداقلی یا حتی تأیید خروجی‌های تولیدشده توسط الگوریتم‌ها محدود می‌شود. درنتیجه، خلاقیت علمی، تفکر انتقادی و استقلال روش‌شناختی تضعیف شده و خطر بازتولید سوگیری‌های موجود در داده‌ها افزایش می‌یابد.

مرور منابع نشان می‌دهد که اگر توسعه فناوری بدون حکمرانی علمی، آموزش مناسب

و چارچوب‌های اخلاقی دنبال شود، احتمال حرکت به سمت این سناریو افزایش خواهد یافت؛ بنابراین، جلوگیری از وابستگی الگوریتمی مستلزم تقویت نقش فعال پژوهشگر و توسعه سازوکارهای شفاف برای ارزیابی و مستندسازی استفاده از هوش مصنوعی است.

الگوی مفهومی تحول روش‌شناسی پژوهش در مطالعات رسانه در عصر هوش مصنوعی

استخراج مدل مفهومی از سنتز شواهد

مرور نظام‌مند مطالعات داخلی و خارجی نشان داد که تحول روش‌شناسی پژوهش در مطالعات رسانه، حاصل تعامل میان پنج مؤلفه اساسی است که به‌صورت زنجیره‌ای و پویا بر یکدیگر اثر می‌گذارند. این مؤلفه‌ها شامل پیشران‌های فناورانه، ابعاد تحول روش‌شناختی، چالش‌ها، الزامات و سناریوهای آینده هستند. هر یک از این مؤلفه‌ها به‌تنهایی بخشی از واقعیت را تبیین می‌کنند؛ اما تنها در قالب یک چارچوب یکپارچه می‌توانند روند تحول روش‌شناسی پژوهش رسانه را توضیح دهند.

بر اساس سنتز شواهد، هوش مصنوعی متغیر مستقل و پیشران اصلی تحول است، اما موضوع اصلی پژوهش، خودِ هوش مصنوعی نیست؛ بلکه دگرگونی مبانی معرفت‌شناختی و روش‌شناختی پژوهش در مطالعات رسانه است. ازاین‌رو، مدل مفهومی پژوهش نشان می‌دهد که هوش مصنوعی از طریق مجموعه‌ای از پیشران‌های فناورانه، فرایندهای پژوهشی را دگرگون می‌کند، این تحول چالش‌هایی را به همراه دارد، جامعه علمی را به اتخاذ الزامات جدید وادار می‌سازد و درنهایت، آینده‌های متفاوتی را پیش روی پژوهش رسانه قرار می‌دهد.

اجزای الگوی مفهومی

الف) پیشران‌های تحول

بر اساس یافته‌های مرور نظام‌مند، نخستین لایه مدل را پیشران‌های فناورانه تشکیل می‌دهند. هوش مصنوعی مولد، مدل‌های زبانی بزرگ، یادگیری ماشین، کلان‌داده و خودکارسازی پژوهش، مهم‌ترین نیروهایی هستند که منطق سنتی پژوهش رسانه را به چالش کشیده‌اند. این فناوری‌ها تنها ابزارهای جدید نیستند، بلکه ظرفیت‌های شناختی تازه‌ای را وارد فرایند پژوهش کرده‌اند و امکان تحلیل داده‌هایی را فراهم ساخته‌اند که پیش‌تر خارج از توان پژوهشگران بود.

ب) ابعاد تحول روش‌شناختی

پیشران‌های فناورانه موجب تحول در همه مراحل پژوهش می‌شوند. طراحی پژوهش، گردآوری داده، تحلیل داده، تفسیر یافته‌ها و ارزیابی اعتبار نتایج، همگی تحت تأثیر هوش مصنوعی بازتعریف شده‌اند. در این مرحله، مهم‌ترین تغییر آن است که پژوهش از الگوی «پژوهشگرمحور» به الگوی «همکاری انسان ـ هوش مصنوعی» حرکت می‌کند.

ج) چالش‌های تحول

تحول روش‌شناختی بدون هزینه نیست. یافته‌های پژوهش نشان داد که استفاده از هوش مصنوعی، چالش‌هایی مانند سوگیری الگوریتمی، کاهش شفافیت، دشواری تبیین‌پذیری، مسائل مربوط به مالکیت فکری، اصالت علمی و مسئولیت‌پذیری پژوهشگر را به همراه دارد. در سطحی عمیق‌تر، این چالش‌ها به بازاندیشی در مبانی معرفت‌شناسی علم منجر می‌شوند؛ زیرا پرسش از «چه کسی دانش را تولید می‌کند؟» جای خود را به پرسش از «دانش چگونه در تعامل میان انسان و ماشین تولید می‌شود؟» می‌دهد.

د) الزامات تحول

برای مدیریت این چالش‌ها، نظام پژوهش رسانه ناگزیر از بازنگری در ساختارهای علمی، آموزشی و سیاستی است. ارتقای سواد هوش مصنوعی پژوهشگران، اصلاح آموزش روش تحقیق، تدوین دستورالعمل‌های اخلاق پژوهش، توسعه حکمرانی داده و طراحی روش‌های ترکیبی انسان هوش مصنوعی، مهم‌ترین الزامات استخراج‌شده از شواهد مرور نظام‌مند هستند. این الزامات نقش متغیرهای مداخله‌گر را در مدل ایفا می‌کنند؛ زیرا کیفیت تحقق آینده‌های مطلوب، به میزان تحقق این الزامات بستگی دارد.

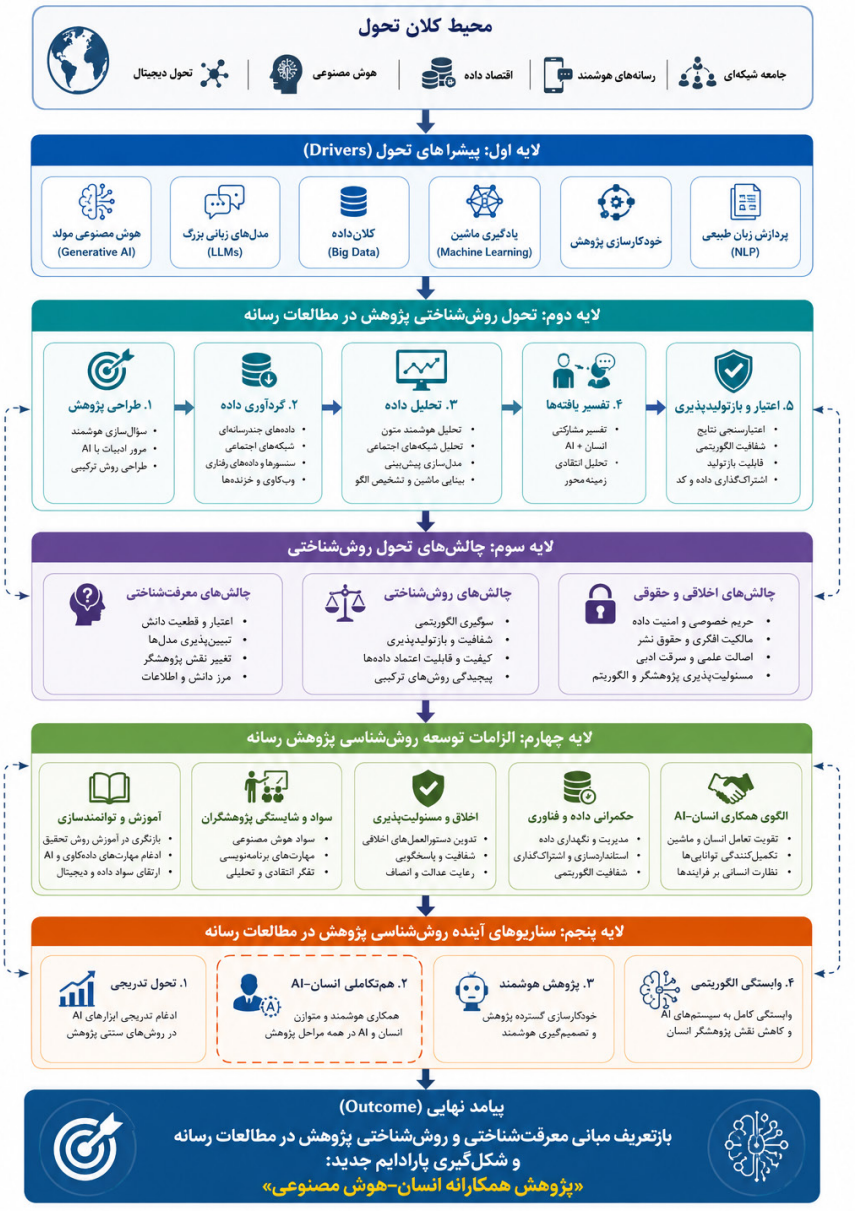
هـ) آینده‌های محتمل

آخرین بخش مدل به آینده‌های ممکن اختصاص دارد. تحلیل سناریوها نشان داد که چهار مسیر عمده پیش روی روش‌شناسی پژوهش رسانه قرار دارد: تحول تدریجی، هم‌تکاملی انسان ـ هوش مصنوعی، پژوهش هوشمند و وابستگی الگوریتمی. در میان این چهار سناریو، شواهد نشان می‌دهد که سناریوی هم‌تکاملی، هم ازنظر احتمال وقوع و هم ازنظر مطلوبیت، مناسب‌ترین آینده برای توسعه پژوهش‌های رسانه‌ای است؛ زیرا ضمن بهره‌گیری از ظرفیت‌های هوش مصنوعی، نقش محوری پژوهشگر در تولید، ارزیابی و تفسیر دانش را حفظ می‌کند.

الگوی مفهومی نهایی پژوهش

شکل ۱. مدل مفهومی تحول روش‌شناسی پژوهش در مطالعات رسانه در عصر هوش مصنوعی

(یافته پژوهش: استخراج‌شده از سنتز شواهد مرور نظام‌مند و تحلیل آینده‌پژوهانه)



تبیین مفهومی الگو

الگوی پیشنهادی این پژوهش نشان می‌دهد که هوش مصنوعی علت غایی تحول نیست، بلکه پیشران تحول است. آنچه در دهه آینده دگرگون خواهد شد، مبانی روش‌شناختی پژوهش رسانه است. این تحول، از تغییر ابزارهای پژوهش فراتر رفته و به بازتعریف مفاهیمی چون «پژوهشگر»، «داده»، «اعتبار علمی»، «تفسیر»، «دانش» و «روش تحقیق» منجر می‌شود. درنتیجه، آینده پژوهش رسانه نه بر پایه جانشینی انسان باهوش مصنوعی، بلکه بر پایه شکل‌گیری یک پارادایم همکارانه انسان هوش مصنوعی استوار خواهد بود که در آن، هوش مصنوعی نقش تقویت‌کننده ظرفیت‌های شناختی پژوهشگر را ایفا می‌کند و مسئولیت علمی، داوری انتقادی و تفسیر نهایی همچنان بر عهده انسان باقی می‌ماند.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که هوش مصنوعی صرفاً یک فناوری جدید برای تسریع فرایندهای پژوهشی نیست، بلکه به‌عنوان یک پیشران تحول، در حال بازتعریف مبانی معرفت‌شناختی و روش‌شناختی پژوهش در مطالعات رسانه است. سنتز شواهد حاصل از مرور نظام‌مند منابع داخلی و خارجی نشان داد که ورود فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی مولد، مدل‌های زبانی بزرگ، یادگیری ماشین و کلان‌داده، نه‌تنها ابزارهای گردآوری و تحلیل داده را متحول ساخته، بلکه ماهیت تولید دانش، نقش پژوهشگر و معیارهای اعتبار علمی را نیز دستخوش تغییر کرده است. از این منظر، تحول کنونی را نمی‌توان صرفاً یک نوآوری فناورانه دانست، بلکه باید آن را نشانه‌ای از گذار به یک پارادایم جدید در پژوهش‌های رسانه‌ای تلقی کرد؛ پارادایمی که در آن تعامل انسان و هوش مصنوعی، جایگزین الگوی سنتی پژوهشگرِ منفرد می‌شود.

این یافته با دیدگاه فلوریدی[1] (۲۰۱۴)، دربارهٔ «انقلاب چهارم» همخوانی دارد. فلوریدی استدلال می‌کند که فناوری‌های هوشمند، نه‌فقط ابزارهای جدید، بلکه محیط معرفتی تازه‌ای ایجاد کرده‌اند که در آن، مفهوم دانش، عامل شناخت و فرایند تولید معرفت بازتعریف می‌شود. یافته‌های این پژوهش نیز نشان داد که در مطالعات رسانه، هوش مصنوعی از سطح یک ابزار کمکی فراتر رفته و به یکی از عناصر فعال در فرایند تولید دانش تبدیل شده است. بااین‌حال، برخلاف برخی برداشت‌های فناورانه، شواهد پژوهش حاضر

1. Floridi

نشـان می‌دهـد کـه ایـن تحول به حـذف پژوهشـگر نمی‌انجامد، بلکـه نقـش او را از «اجراکننده فراینـدهـا» بـه «طـراح، ناظـر، مفسـر و داور علمـی» تغییـر می‌دهد.

در حـوزه روش‌شناسـی، نتایـج پژوهـش حاضـر بـا مطالعـات وان دیـس، کراسـول، دویـودادی، کرسـول وهمـکاران (2023) Dwivedi، (2023) Creswell، Creswell, etall (2023) van Dis همسـو اسـت کـه بـر ضـرورت بازنگـری در روش‌هـای سـنتی تحقیـق و حرکت بـه سـوی روش‌هـای ترکیبـی انسـان هـوش مصنوعـی تأکیـد کرده‌انـد. یافته‌هـای ایـن پژوهـش نشـان داد کـه هـوش مصنوعـی تقریبـاً در همـه مراحـل پژوهـش، از طراحـی سـؤال و مـرور ادبیـات تـا گـردآوری، تحلیـل و تفسـیر داده‌هـا، نقش‌آفریـن شـده اسـت. بااین‌حـال، ارزش علمـی پژوهـش همچنـان وابسـته بـه توانایـی پژوهشـگر در صورت‌بنـدی مسـئله، نقـد خروجی‌هـای الگوریتمـی، تفسـیر زمینه‌منـد یافته‌هـا و داوری نهایـی اسـت؛ بنابرایـن، آینـده روش‌شناسـی پژوهـش رسـانه را بایـد در قالـب یـک الگـوی «همـکاری شـناختی انسـان و هـوش مصنوعـی» تبییـن کـرد، نـه در قالـب جانشـینی یکـی بـا دیگـری.

از سـوی دیگـر، یافته‌هـای پژوهـش نشـان داد کـه ایـن تحـول بـا چالش‌هـای مهمـی نیـز همـراه اسـت. سـوگیری الگوریتمـی، فقـدان شـفافیت، دشـواری تبیین‌پذیـری، مسـائل مالکیـت فکـری، اصالـت علمـی و مسـئولیت‌پذیری پژوهشـگر، از مهم‌تریـن دغدغه‌هـای مطـرح در منابـع بررسی‌شـده بودنـد. ایـن یافته‌هـا بـا توصیه‌نامـه یونسـکو دربـاره اخـلاق هـوش مصنوعـی[1] (۲۰۲۱) و همچنیـن اصـول اوکـد (OECD,2024) همسـو اسـت کـه بـر توسـعه مسـئولانه هـوش مصنوعـی، شـفافیت، پاسـخ‌گویی و حفـظ کرامـت انسـانی در پژوهـش تأکیـد دارنـد. در مطالعـات داخلـی نیـز نگرانی‌هـای مشـابهی دربـاره حکمرانـی داده، پیامدهـای فرهنگـی و ضـرورت تدویـن چارچوب‌هـای اخلاقـی بومـی مشـاهده می‌شـود کـه نشـان می‌دهـد ایـن چالش‌هـا تنهـا بـه کشـورهای توسـعه‌یافته محـدود نیسـتند، بلکـه در نظـام علمـی ایـران نیـز اهمیـت فزاینـده‌ای یافته‌انـد.

یکـی از مهم‌تریـن دسـتاوردهای ایـن پژوهـش، ارائـه الگویـی مفهومـی اسـت کـه بـرای نخسـتین بـار در حـوزه مطالعـات رسـانه، رابطـه میـان پیشـران‌های فناورانـه، ابعـاد تحـول روش‌شـناختی، چالش‌هـا، الزامـات و سـناریوهای آینـده را در قالـب یـک چارچـوب منسـجم تبییـن می‌کنـد. برخـلاف بسـیاری از پژوهش‌هـای پیشـین کـه هـر یـک تنهـا بـر بخشـی از ایـن زنجیـره تمرکـز داشـته‌اند، پژوهـش حاضـر نشـان می‌دهـد کـه تحـول روش‌شناسـی پژوهـش، فراینـدی چندسـطحی و پویاسـت کـه تنهـا از رهگـذر تعامل میـان فنـاوری، نهادهای

1. UNESCO

علمی، آموزش، اخلاق پژوهش و حکمرانی داده قابل‌فهم است. ازاین‌رو، این مدل می‌تواند به‌عنوان چارچوبی نظری برای پژوهش‌های آینده در حوزه ارتباطات و رسانه مورداستفاده قرار گیرد.

تحلیل آینده‌پژوهانه این پژوهش نیز نشان داد که مسیر تحول روش‌شناسی پژوهش در دهه آینده قطعی و یکنواخت نخواهد بود، بلکه بسته به نحوه مواجهه جامعه علمی با فرصت‌ها و چالش‌های هوش مصنوعی، آینده‌های متفاوتی شکل خواهد گرفت. در میان چهار سناریوی استخراج‌شده، سناریوی هم‌تکاملی انسان هوش مصنوعی از بیشترین پشتوانه تجربی و نظری برخوردار است؛ زیرا ضمن بهره‌گیری از ظرفیت‌های فناوری، نقش محوری پژوهشگر در تفکر انتقادی، تفسیر، قضاوت علمی و مسئولیت‌پذیری را حفظ می‌کند. در مقابل، سناریوی وابستگی الگوریتمی هشداری است نسبت به آینده‌ای که در آن، اتکای بیش‌ازحد به سامانه‌های هوشمند می‌تواند استقلال علمی، خلاقیت و تنوع معرفتی را تضعیف کند.

درمجموع، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که پرسش اصلی دیگر این نیست که «آیا هوش مصنوعی وارد پژوهش‌های رسانه خواهد شد؟»، زیرا این فرایند آغاز شده است؛ بلکه پرسش اساسی آن است که «جامعه علمی چگونه می‌تواند این تحول را به‌گونه‌ای هدایت کند که ضمن افزایش کارآمدی پژوهش، مبانی اعتبار علمی، مسئولیت اخلاقی و نقش خلاق پژوهشگر نیز حفظ شود؟» پاسخ این پژوهش آن است که آینده مطلوب، درگرو توسعه یک پارادایم «پژوهش همکارانه انسان‌ـ‌هوش مصنوعی» است؛ پارادایمی که در آن فناوری، جایگزین پژوهشگر نیست، بلکه توانمندساز او در تولید دانش معتبر، شفاف و مسئولانه خواهد بود.

از منظر نظری، پژوهش حاضر نشان می‌دهد که روش‌شناسی پژوهش در مطالعات رسانه در آستانه گذار از یک الگوی ابزارمحور به یک پارادایم نوین همکارانه قرار دارد. در این پارادایم، هوش مصنوعی نه جایگزین پژوهشگر، بلکه شریک شناختی اوست. چنین برداشتی، مفهوم پژوهشگر، داده، تحلیل، اعتبار و حتی تولید دانش را بازتعریف می‌کند و نشان می‌دهد که تحول آینده، بیش از آنکه فناورانه باشد، معرفت‌شناختی و روش‌شناختی است.

بر این اساس، می‌توان یافته اصلی پژوهش را چنین برشمرد: هوش مصنوعی با ایجاد پیشران‌های فناورانه جدید، همه مراحل فرایند پژوهش در مطالعات رسانه را دگرگون می‌کند؛ این دگرگونی، چالش‌های معرفتی، روش‌شناختی و اخلاقی تازه‌ای را

پدید می‌آورد، نیازمند بازآرایی نظام آموزش و سیاست‌گذاری پژوهشی است و درنهایت، زمینه شکل‌گیری پارادایم «پژوهش همکارانه انسان هوش مصنوعی» را فراهم می‌سازد؛ بنابراین، آینده روش‌شناسی پژوهش در مطالعات رسانه نه در حذف پژوهشگر، بلکه در بازتعریف نقش او در تعامل با سامانه‌های هوشمند رقم خواهد خورد.

درنهایت، این پژوهش نشان می‌دهد که آینده مطالعات رسانه وابسته به آن نیست که هوش مصنوعی تا چه اندازه پیشرفت کند، بلکه وابسته به آن است که جامعه علمی چگونه بتواند میان نوآوری فناورانه، مسئولیت اخلاقی، اعتبار علمی و استقلال فکری پژوهشگر تعادل برقرار سازد. آینده مطلوب زمانی محقق خواهد شد که هوش مصنوعی به ابزاری برای تعمیق فهم علمی، گسترش خلاقیت پژوهشی و تقویت تصمیم‌گیری انتقادی تبدیل شود، نه جایگزینی برای اندیشه انسانی.

منابع و مآخذ

رحیمی، عبدالرحیم و علیرضا بابائی (۱۴۰۴). تحلیل آینده پژوهانه تحولات رسانه‌ای در بستر هوش مصنوعی تبیین یک چارچوب تحلیلی مبتنی بر تحلیل روند و سناریوپردازی، دومین همایش دوسالانه ملی پژوهش‌های نوپدید در حسابداری، مالی، مدیریت و اقتصاد با رویکرد توسعه اکوسیستم نوآوری، تهران.

https://civilica.com/doc/2635890

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (6th ed.). Sage.

Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Baabdullah, A. M., et al. (2023). So what if ChatGPT wrote it? Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI. International Journal of Information Management, 71, 102642.

Floridi, L. (2014). The fourth revolution: How the infosphere is reshaping human reality. Oxford University Press.

OECD. (2024). OECD Framework for the Classification of AI Systems. OECD Publishing.

Gavran, Iryna, Honcharuk, Serhii, Mykhalov, Volodymyr, Stepanenko, Kateryna and Tsimokh, Nataliia. "The Impact of Artificial Intelligence on the Production and Editing of Audiovisual Content" *Preservation, Digital Technology & Culture*, vol. 54, no. 3, 2025, pp. 223-235. https://doi.org/10.1515/pdtc-2025-0022

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

Rahimi, A., & Babaei, A. (2025). Foresight analysis of media developments in the context of artificial intelligence: Developing an analytical framework based on trend analysis and scenario planning. In Proceedings of the Second National Biennial Conference on Emerging Research in Accounting, Finance, Management, and Economics, with a Developmental Approach to the Innovation Ecosystem. Tehran, Iran. https://civilica.com/doc/2635890 **[In Persian]**

Schwartz, P. (1991). The art of the long view. Currency Doubleday.

Strayhorn, T. L., & Johnson, J. (2025). Data collection methods in the age of artificial intelligence: Insights from a survey-based study on college students' perceptions and use of AI.

UNESCO. (2021). Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence. UNESCO.

van Dis, E. A. M., Bollen, J., Zuidema, W., van Rooij, R., & Bockting, C. L. (2023). ChatGPT: Five priorities for research. Nature, 614(7947), 224-226.