

ملخص محاضرات مقياس دراسة مستخدمي الأنترنت

ملاحظات

الدروس غير الموجودة في الملخص، غير معنية بالامتحان



فهم السؤال نصف الجواب



تعريف مستخدمي الأنترنت

يعرف مستخدمو الأنترنت، بأنهم الأفراد الذين يتفاعلون مع البيئة الرقمية من خلال توظيف مختلف تكنولوجيات الإعلام والاتصال، مثل الأنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الذكية، ليس فقط بغرض استهلاك المحتوى، بل أيضا لإنتاجه وتبادله والتفاعل معه.

ويعكس هذا المفهوم تحولا جوهريا من نموذج "الجمهور المتلقي" إلى "المستخدم الفاعل"، الذي يمتلك قدرة على الاختيار والمشاركة وإعادة تشكيل المضامين الإعلامية.

في هذا السياق تشير manuel castells إلى أن المستخدم في مجتمع الشبكات يعد عنصرا فاعلا داخل بنية اتصال تفاعلية، حيث لم يعد الاتصال أحادي الاتجاه، بل أصبح قائما على التبادل والتشارك في إنتاج المعنى داخل الفضاء الرقمي، كما تؤكد josiane jouet أن المستخدمين لا يكتفون بتلقي التكنولوجيا بل يعيدون توظيفها، وتكييفها وفق احتياجاتهم وسياقاتهم الاجتماعية، في إطار ما يعرف بسيرورات التملك. كما أن مستخدمي الأنترنت ينخرطون ضمن ثقافة تشاركية، حيث تتلاشى الحدود بين المنتج والمتلقي، ويصبح الأفراد مشاركين في إنتاج المحتوى وتداوله عبر المنصات الرقمية، كما أن هؤلاء المستخدمين يبنون هوياتهم الرقمية من خلال التفاعل المستمر داخل الشبكات الاجتماعية، مما يعكس أبعادا اجتماعية وثقافية جديدة لاستخدام الأنترنت ومواقعها ومنصاتها.

وعليه يمكن اعتبار مستخدمي الأنترنت فاعلين اجتماعيين رقميين، يجمعون بين أدوار متعددة تشمل الاستهلاك والإنتاج والتفاعل، ضمن بيئة اتصالية تتسم بالتفاعلية والتشبيك، وتجاوز الحدود الزمانية والمكانية.

مفهوم دراسة مستخدمي الأنترنت

هي مجال بحثي ضمن علوم الإعلام والاتصال، يهتم بفهم سلوك الأفراد والجماعات أثناء استخدامهم للأنترنت، وكيفية تفاعلهم مع المنصات الرقمية والمحتوى المقدم، والتقنيات الجديدة، وما يترتب على ذلك من آثار اجتماعية ثقافية واتصالية.

وهي: دراسة علمية تحلل من يستخدم؟ كيف يستخدم؟ لماذا يستخدم؟ وبأي أثر؟

يركز هذا المجال البحثي على عدة محاور رئيسية للدراسة، أهمها على سبيل الذكر لا الحصر:

- أنماط الاستخدام: مدة الاستخدام، المنصات المفضلة، طبيعة الأنشطة (تواصل، ترفيه، تعلم، عمل...)
- الدوافع والحاجات: لماذا يلجأ المستخدم للإنترنت؟ (الإشباع، التعبير عن الذات، الانتماء، المعرفة...)
- التفاعلات الرقمية: (التعليقات، الإعجاب، المشاركة، بناء العلاقات الافتراضية...)
- الهوية الرقمية: كيف يقدم المستخدم نفسه على البيئة الرقمية؟
- التأثيرات الاجتماعية والثقافية للاستخدام: القيم، الاتجاهات، الرأي العام، الثقافة الرقمية...)
- الفروق بين المستخدمين: حسب المتغيرات السوسيوديمغرافية.

خصائص مميزات مستخدمي الإنترنت

يتميز مستخدمو الإنترنت، بجملة من الخصائص التي تعكس التحول العميق في بنية العملية الاتصالية داخل البيئة الرقمية، حيث لم يعد المستخدم مجرد متلقي سلبي، بل أصبح فاعلا رئيسيا في إنتاج وتداول المحتوى.

وهذه الخصائص هي على سبيل الذكر وليس الحصر:

التفاعلية: إذ يتمتع المستخدم بقدرة عالية على التفاعل مع المضامين الإعلامية ومع مستخدمين آخرين في الوقت ذاته، سواء من خلال التعليق أو المشاركة أو إعادة النشر، وهذه التفاعلية تعد من ركائز الثقافة التشاركية التي تميز البيئة الرقمية الجديدة.

الفاعلية والمشاركة: حيث أصبح المستخدم منتجا للمحتوى، وليس مجرد مستهلك، إذ يساهم في إنشاء وتحرير ونشر المعلومات.

حرية الاختيار والتحكم: إذ يمتلك المستخدم القدرة على انتقاء المحتوى الذي يرغب في استهلاكه، وتحديد زمان ومكان وكيفية هذا الاستهلاك، مما يعزز من استقلالته داخل العملية الاتصالية.

إنتاج المعنى: حيث لا يكتفي المستخدم بتلقي الرسائل، بل يشارك في تأويلها وإعادة إنتاجها ضمن سياقات مختلفة، وهو ما يعكس تحولا من الاستقبال إلى التفاعل والتأويل.

تعدد الهويات الرقمية: إذ يستطيع المستخدم بناء هويات متعددة داخل الفضاء الرقمي، والتعبير عن ذاته بطرق مختلفة.

التحرر النسبي من القيود التقليدية: حيث تتيح شبكة الإنترنت أو البيئة الرقمية الجديدة للمستخدمين التعبير بحرية أكبر مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، رغم بقاء بعض القيود المرتبطة بالمنصات والسياسات الرقمية.

الانخراط في شبكات افتراضية: إذ يميل المستخدمون إلى تشكيل جماعات رقمية قائمة على الاهتمامات المشتركة، وهو ما يندرج ضمن مجتمع الشبكات، حيث تتشكل العلاقات الاجتماعية عبر الفضاء الرقمي.

الآنية والتواجد الدائم: حيث يمكن للمستخدم التواجد والتفاعل في أي زمان ومكان بفضل الأجهزة المحمولة والاتصال المستمر بالإنترنت، مما يعزز من حضوره الرقمي الدائم.

تراجع مجهولية الجمهور: إذ أصبح بالإمكان تتبع سلوك المستخدمين وتحليل بياناتهم، ما أدى إلى بروز "هوية رقمية"، يمكن رصدها وتحليلها لأغراض مختلفة.

أنماط ودوافع سلوكيات مستخدمي الإنترنت

مفهوم سلوك المستخدم: هو مجموع الأفعال والاستجابات التي يقوم بها الفرد المستخدم، أثناء تفاعله مع البيئة الرقمية، سواء كانت تصفحا، مشاركة، تعليقا، أو حتى إنتاج محتوى أو استهلاك محتوى.

حيث اكتسب الجمهور قدرا من التفاعل وحرية التصرف في حوامل الاتصال المختلفة ومحتوياتها المشخصة، أي أن محتويات البيئة الرقمية موجهة لكل فرد حسب ملامحه السوسولوجية، الثقافية، السياسية، الفكرية، النفسية...

وللفرد المستخدم لشبكة الإنترنت ولشبكات التواصل الاجتماعي، عدة أنماط تعكس واقع استخدامه لهذه الأخيرة، فممكن أن يكون مستخدم استهلاكي، مستخدم تفاعلي، مستخدم منتج، مستخدم براغماتي، مستخدم مدمن، وقد يكون كل الأنماط السابقة الذكر معا أو بعضها، طبيعة استخدامه لشبكة الإنترنت وحدها الكفيلة بتحديد نمطه الذي يشكل هويته الرقمية للاستخدام.

ونحن هنا بصدد الحديث عن نظرية الاستخدامات والشبكات واسقاطاتها في البيئة الرقمية، وقد حاولت هذه النظرية الإجابة على الأسئلة التي يطرحها الاستخدام المتزايد للشبكات الاجتماعية، على الصعيدين الكمي والوقتي، أي عدد المستخدمين والشبكات الاجتماعية التي يستخدمونها، والوقت المخصص للاستخدام، والإشباع التي تدفع الجماعات الافتراضية إلى استخدام شبكة دون أخرى غيرها، وهل الإشباع تتغير مع الوقت أم تظل ذاتها مهما طال مدة الاستخدام.

حيث تعبر هذه الأسئلة وغيرها عن مجموعة من الهواجس البحثية في حقل دراسة مستخدمي الإنترنت والبيئة الرقمية.

من أهم العوامل التي تؤثر في سلوك مستخدمي الإنترنت وكذلك تتحكم في طبيعة نشاطهم في البيئة الافتراضية، العوامل التالية على سبيل الذكر لا الحصر:

➤ متغيرات السن والجنس (أغلب الدراسات تقر بأن الشباب أكثر استخداما وتفاعلا)

➤ المستوى التعليمي (الفجوة الرقمية)

➤ البيئة الثقافية والاجتماعية

➤ نوع المنصة الرقمية المستخدمة

➤ الخوارزميات التي توجه المحتوى

دوافع الاستخدام عند مستخدمي شبكة الأنترنت

لخصها الباحث نصرالدين العياضي بعد دراسة مجموعة كبيرة من الدراسات والأبحاث التي تناولت موضوع الاستخدام في البيئة الرقمية ودوافعه، في الدوافع التالية على سبيل الذكر لا الحصر:

الدافع	نوعه
الإعلام / مراقبة المحيط	-البحث عن الأخبار -الاطلاع على المستجدات المحلية والدولية -معايشة مشكلات العصر -استقاء المعلومات وتقاسمها مع الغير -التعليق على الأخبار والمعلومات المتداولة
التعريف بالذات وإعلاء مكانتها الاجتماعية والمهنية	-تحسين المكانة الاجتماعية -التثقيف /التبادل الثقافي -الاطلاع على المراجع العلمية -تطوير الكفاءة المهنية -البحث عن مناصب عمل -التعبير بحرية أي ممارسة الحرية الفكرية / الافتتاح الفكري -الدعوة إلى الخير وتقديم النصح والهداية -تحقيق الذات / تعزيز الثقة بالنفس -البحث عن الشهرة /التسويق
إنشاء علاقات اجتماعية وتطويرها	-التواصل مع الأهل والغير والتفاعل معهم -البحث عن صداقات -تشكيل رأسمال اجتماعي -ملء الفراغ العاطفي -القضاء على العزلة
التسلية والترفيه	-تمضية الوقت

-اللعب -القضاء على الملل -الهروب من مشاكل الواقع -التلصص على الغير -التنفيس عن الذات	
--	--

ويسعى المستخدم من وراء هذا الاستخدام إلى تحقيق مجموعة من الإشباعات، فالمستخدم يشارك في تحقيق إشباعاته بواسطة الشبكات الاجتماعية، بينما في البيئة التقليدية تتولى وسائل الإعلام التقليدية تحقيقها بمفردها، ولتحقيق هذه الإشباعات تتحكم في المستخدم مجموعة من الدوافع هي التي توجهه لهذا الاستخدام.

وقد تعبر بعض هذه الدوافع والإشباعات عن هواجس البيئة الرقمية، فمثلا **الهاجس التسويقي**، وذلك لتلبية حاجة المؤسسات التجارية ووكالات الإعلان والعلاقات العامة، لمعرفة ماذا يجذب المستخدمين في المنصات الرقمية، بهدف تحقيق تواصل بأكثر فعالية.

أيضا نجد **الهاجس الاجتماعي**، الذي يعبر عن الرغبة في معرفة الاختلاف بين منصات التواصل الاجتماعي، ومدى قدرتها على تعزيز العلاقات الإنسانية عبر الصداقة واللعب وتشكيل رأسمال اجتماعي.

أخيرا، **الهاجس الاتصالي**، وهو الذي يرتبط بطبيعة الاتصال في البيئة التقليدية والاتصال في البيئة الرقمية، فالتساؤل الأكبر الذي يطرح هنا هو: لماذا ينأى الفرد المستخدم عن الاتصال المباشر وجها لوجه، ويتجه إلى أشكال الاتصال الرقمي المختلفة المتوافرة...

إذن خلاصة القول

دراسة أنماط ودوافع وإشباعات سلوكيات مستخدمي الأنترنت، أصبحت ضرورة حتمية لفهم التحولات الاجتماعية والإعلامية في العصر الرقمي.

الانتقال من مفهوم الجمهور إلى مفهوم المستخدم

يمثل الانتقال من مفهوم "الجمهور" إلى "المستخدمين" أحد أهم التحولات الإستراتيجية في حقل علوم الإعلام والاتصال، حيث يعكس هذا التحول تغيرا عميقا في طبيعة العملية الاتصالية، وأدوار الفاعلين داخلها، في ظل الثورة الرقمية وتطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال.

أولا: من الجمهور إلى المستخدم – طبيعة التحول

ارتبط مفهوم "الجمهور" في الدراسات الكلاسيكية بوسائل الإعلام التقليدية (كالإذاعة والتلفزيون، الصحافة...)، حيث كان ينظر إليه بوصفه متلقي سلبي يتعرض لرسائل إعلامية في إطار اتصال أحادي الاتجاه. غير أن هذا

التصور بدأ في التراجع مع بروز مقاربات نقدية، خاصة مع نظرية "الاستخدامات والإشباعات"، التي اعترفت بدور المتلقي النشط في اختيار المضامين.

ومع ظهور الوسائط الرقمية، تعزز هذا التحول ليظهر مفهوم "المستخدم"، الذي لا يكتفي بالتلقي، بل يشارك في إنتاج المحتوى وتداوله والتفاعل معه. وفي هذا السياق، يؤكد Manuel Castells أن الاتصال في المجتمع الشبكي أصبح قائماً على التفاعلية والتشبيك، مما ألغى الحدود التقليدية بين المرسل والمتلقي.

كما يشير Henry Jenkins إلى بروز "الثقافة التشاركية"، حيث يتحول الأفراد إلى مشاركين فاعلين في إنتاج المضامين.

ثانياً: العوامل التي ساعدت على هذا الانتقال

يمكن تفسير هذا التحول من خلال مجموعة من العوامل المتداخلة:

1- التطور التكنولوجي

أسهم الانتشار الواسع للإنترنت، والهواتف الذكية، ومنصات التواصل الاجتماعي في خلق بيئة اتصالية تفاعلية، تتيح للمستخدمين إنتاج المحتوى ونشره بسهولة. وقد أدى ذلك إلى تقويض نموذج الاتصال الأحادي الاتجاه.

2- تزايد التفاعلية

أصبحت الوسائط الجديدة قائمة على التفاعل الفوري (تعليق، مشاركة، بث مباشر)، مما منح الأفراد دوراً نشطاً داخل العملية الاتصالية، بدلاً من الاكتفاء بالتلقي.

3- بروز ثقافة المشاركة

يشير Henry Jenkins إلى أن الثقافة الرقمية الحديثة تقوم على المشاركة والتعاون، حيث يساهم المستخدمون في إنتاج المعرفة والمحتوى بشكل جماعي.

4- التحولات الاجتماعية والثقافية

أدت العولمة الرقمية إلى تفكيك الحدود الجغرافية والثقافية، وظهور مجتمعات افتراضية قائمة على الاهتمامات المشتركة، وهو ما يعزز من دور المستخدم كفاعل اجتماعي داخل الشبكات.

5- سوسيولوجيا الاستخدامات

أبرزت أعمال Josiane Jouët و Serge Proulx أن المستخدمين يعيدون توظيف التكنولوجيا وفق سياقاتهم، مما يؤكد استقلاليتهم عن الحتمية التقنية.

6-التحول الاقتصادي والإعلامي

أصبح المستخدم عنصرا أساسيا في الاقتصاد الرقمي، من خلال إنتاج البيانات والمحتوى، وهو ما أدى إلى إعادة تشكيل نماذج الأعمال الإعلامية (من الإعلانات إلى اقتصاد المنصات

التوجهات النقدية لمستخدمي الإنترنت

يشير مفهوم التوجهات النقدية لمستخدمي الإنترنت إلى قدرة المستخدمين على تحليل المحتوى الرقمي وتقييمه بشكل واع ونقدي، بدل تلقيه بشكل سلبي، وهي تعكس مستوى الوعي الإعلامي والرقمي لدى الأفراد في تعاملهم مع المعلومات المتدفقة عبر البيئة الرقمية.

التوجهات النقدية لمستخدمي الإنترنت، تعكس انتقال المستخدم من متلقي سلبي للمعلومات إلى فاعل رقمي واع قادر على تحليل المحتوى وتقييمه، وعلى اتخاذ موقف منه، أي أن هذه التوجهات النقدية تشكل عند مستخدمي الإنترنت آلية مقاومة معرفية.

عوامل تبرز أهمية التوجهات النقدية لمستخدمي الإنترنت

هناك مجموعة من العوامل، تبرز أهمية أن يكون لمستخدمي الإنترنت توجهات نقدية اتجاه المحتوى الذي يتعرضون له عبر البيئة الرقمية، والشبكات الاجتماعية، نوجزها في العوامل الثلاث التالية:

العامل	أهميته
الهيمنة الرقمية	المنصات الرقمية فاعل مؤثر في تشكيل الرأي العام (الخوارزميات)، فالمستخدم هنا معرض للتوجيه غير المباشر، تساعد التوجهات النقدية المستخدم هنا على إدراك آليات التحكم الخفي في تدفق المعلومات
ما بعد الإنسانية	تزايد اندماج الإنسان مع التكنولوجيا والأنظمة الذكية، إضافة إلى ما تحويه البيئة الرقمية من بيانات ضخمة بفعال الذكاء الاصطناعي والأتمتة، تساعد التوجهات النقدية هنا المستخدم على فهم العلاقة المعقدة بين الفرد والتكنولوجيا وإدراك أن سلوكه يتم تحليله واستثماره اقتصاديا إعلاميا وسياسيا
المراقبة الرقمية	اعتماد المنصات على جمع البيانات الشخصية وتتبع نشاط المستخدم بشكل مستمر، مع اختلاف الغاية من هذا التتبع، سياسية... أمنية... تجارية...

تساعد التوجهات النقدية هنا المستخدم على الوعي
بحدود الخصوصية الرقمية، وفهم كيف تستخدم بياناته
في تشكيل المحتوى الذي يستهلكه.

مؤشرات تبرز أن للمستخدم توجهات نقدية عند استخدام البيئة الرقمية

❖ **التقييم النقدي للمعلومات:** القدرة على التحقق من المعلومات، البحث في المصادر، المقارنة بين نماذج الخبر، التمييز بين الحقيقة والتضليل.

❖ **الوعي بمصداقية المصادر:** المقارنة بين صيغ الخبر أو البيانات الواردة من مختلف المصادر، وكالات أنباء، مؤسسات إعلامية، قادة رأي، عامة الناس، مصادر مجهولة...

❖ **تحليل الرسائل الاتصالية:** محاولة قراءة ما بين السطور، البحث في أهداف المحتوى الكامنة والظاهرة.

❖ **مقاومة التأثير والتلاعب الرقمي:** عدم الانسياق وراء الحملات المضللة أو الأخبار الزائفة، أو الخطابات المتطرفة.

❖ **المشاركة النقدية:** عدم المتابعة والاستهلاك فقط، تصحيح المعلومات والمعطيات المغلوطة، المشاركة في تقديم وإثراء نقاشات مثمرة وتعليقات نقدية هادفة.

الشبكات الاجتماعية والصحة النفسية لمستخدمي الأنترنت

الصحة النفسية: هي الحالة التي تنعكس من خلالها درجة تكامل طاقات الفرد الجسدية والعقلية الاجتماعية والانفعالية، مما يؤدي إلى شعور عام بالسعادة والرفاهية.

وهي: تمثل عملية ديناميكية تهدف إلى خلق توازن صحي بين الفرد وبيئته المحيطة، بما يعزز تفاعله الإيجابي مع المجتمع الذي ينتمي إليه، ويؤدي إلى انسجام داخلي مع ذاته، وخارجي مع محيطه الاجتماعي.

وهي: حالة من التوافق والتكامل بين الوظائف النفسية المختلفة، مما يمكن الفرد من التعامل مع الأزمات التي يواجهها في حياته اليومية، مع إحساس دائم بالسعادة والرضا والكفاية الذاتية.

مظاهر الصحة النفسية

المظهر	معناه
السوية	سلوك عادي، مقبول اجتماعيا، يوافق المعايير السائدة من قيم وعادات وأعراف
التوافق	حالة الرضا والتوازن بين الجوانب المختلفة لشخصية الفرد، يمكن التعامل مع المشاعر بشكل معتدل
السعادة	الشعور بالسلام الداخلي والرفاهية، قدرة التفاعل مع التحديات اليومية

التكامل	جوانب شخصية الفرد تعمل بشكل ديناميكي، تنسيق الطاقات، تحقيق الاستقرار النفسي، تجنب الصراعات الداخلية
تحقيق الذات	فهم الذات، اكتشاف القدرات الداخلية، تقدير الذات، تحقيق الأهداف، الثقة بالنفس، التنمية الذاتية
الفاعلية	قدرة الفرد على مواجهة الضغوطات والتوتر النفسي، بدل الانسحاب والتجاهل لها
الكفاءة	قدرة الفرد على استخدام طاقته دون تبديد جهده، تحديد الأولويات، تنظيم الوقت، اعتماد أسلوب أو منهج معين
الملائمة	التكيف مع مختلف المواقف، تنسيق الأفكار مع المشاعر والتصرفات، مع البيئة المحيطة
المرونة	القدرة على تعديل السلوك والتفكير، التعلم من التجارب الحياتية، القدرة على التجريب

أهم الآثار النفسية للشبكات الاجتماعية على مستخدمي الأنترنت

هناك آثار كثيرة، للاستخدام المفرط للشبكات الاجتماعية خاصة وشبكة الأنترنت عامة على الصحة النفسية للفرد، نوجزها في النقاط التالية على سبيل الذكر لا الحصر:

➤ الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي وشبكة الأنترنت، مرتبط بارتفاع معدلات القلق والاكتئاب، وذلك يعود إلى المقارنات الاجتماعية المستمرة، والضغط، والبعد عن الامتثال للمعايير المجتمعية.

➤ يمكن أن تؤدي الصور والنصوص المنمقة المنشورة، إلى شعور الأفراد بأنهم وحيدون، عند مواجهة تحديات ومشاعر سلبية، مما يزيد من مشاعر العزلة والنقص.

➤ انتشار ظاهرة التمر الإلكتروني.

➤ انخفاض تقدير الذات، معادلة الأقل نجاحاً هو الأقل قيمة.

➤ الإدمان والتشتت الذهني.

➤ ارتفاع مستويات القلق والتوتر.

➤ تطوير وتشهير ونشر تشوهات معرفية، مثل التهويل والتعميم المفرط.

وأغلب هذه المظاهر، تعود إلى أن البيئة الرقمية، تتميز ب:

✓ شخصنة المواقف والأحداث.

✓ إضفاء الطابع الدرامي على المواقف والأحداث.

✓ تجزئ المواقف والأحداث.

✓ تنميط المواقف والأحداث.

الفجوة الرقمية بين مستخدمي الإنترنت: يشير تعريف الفجوة الرقمية (Digital divide) إلى عدم المساواة في استخدام التكنولوجيا الرقمية بين الأفراد والمجتمعات. وتحدث الفجوة الرقمية نتيجة للعوامل المختلفة مثل الوصول المحدود إلى الإنترنت، ونقص المهارات التقنية، والفقر، والتمييز الاجتماعي والاقتصادي.

وتتسبب الفجوة الرقمية في حرمان بعض الأفراد من فوائد التكنولوجيا الرقمية والمعلومات المتاحة عبر الإنترنت، بينما يتمتع بها آخرون. وتكون الفجوة الرقمية واضحة في الوصول إلى الإنترنت، والاستخدام الفعال للتكنولوجيا، والمشاركة الرقمية.

أنواع الفجوة الرقمية

مع التطور المستمر للتكنولوجيا، قد تظهر أنواع جديدة من الفجوة الرقمية أو يتغير تركيزها. وبالتالي، يجب مراقبة ومعالجة هذه الفجوات بشكل مستمر لتحقيق شمولية استخدام التكنولوجيا الرقمية والتقليل من الاختلافات الرقمية بين الأفراد والمجتمعات. ومن بين الأنواع الرئيسية للفجوة الرقمية ما يلي:

1. الفجوة في الوصول

تشير الفجوة في الوصول إلى الاختلاف في قدرة الأفراد والمجتمعات على الوصول إلى التكنولوجيا الرقمية والاتصالات عبر الإنترنت. ويمكن أن تكون العوامل المؤثرة في هذا النوع من الفجوة الرقمية هي توافر البنية التحتية الرقمية، مثل الشبكات اللاسلكية والاتصالات بالألياف البصرية، وتكلفة الاتصالات والأجهزة، والتدريب والمهارات الضرورية للاستخدام الفعال للتكنولوجيا الرقمية.

2. الفجوة في الاستخدام

تتعلق بالفجوة في الاستخدام بالاختلاف في استخدام التكنولوجيا الرقمية والاستفادة منها بين الأفراد والمجتمعات. فحتى إذا كان هناك وصول إلى التكنولوجيا الرقمية، قد يعاني بعض الأفراد من قلة المهارات التقنية أو الوعي بالفوائد التي يمكن أن تقدمها التكنولوجيا الرقمية. وقد يكون السبب في ذلك نقص التدريب والتعليم المناسب أو الثقافة واللغة أو عدم الاهتمام بالاستخدام الفعال للتكنولوجيا الرقمية.

3. الفجوة في المحتوى

تشير الفجوة في المحتوى إلى الاختلاف في توافر وجودة المحتوى الرقمي المتاح في اللغات المختلفة والمجالات المختلفة. وقد تواجه بعض الثقافات واللغات صعوبات في الحصول على محتوى رقمي ملائم ومفيد بلغتهم الأم، مما يعيق فهم واستخدام التكنولوجيا الرقمية بشكل كامل.

4. الفجوة في الفرص والمشاركة

يتعلق هذا النوع من الفجوة الرقمية بالاختلاف في الفرص المتاحة للأفراد والمجتمعات للاستفادة من التكنولوجيا الرقمية والمشاركة في الاقتصاد الرقمي. قد يكون هناك عوامل اقتصادية واجتماعية تؤثر في قدرة الأفراد على الوصول إلى فرص العمل والتعليم والتجارة الإلكترونية والمشاركة في الابتكار التقني.

الهوية الافتراضية

تعد الهوية الافتراضية (Digital Identity) من المفاهيم المركزية في دراسات الإعلام الرقمي، حيث تشير إلى مجمل التمثيلات الرقمية التي ينشئها الفرد عن ذاته عبر المنصات الرقمية، من خلال البيانات الشخصية، والمضامين المنشورة، وأنماط التفاعل. غير أن هذه الهوية لا تفهم بوصفها انعكاسا بسيطا للهوية الواقعية، بل كنتاج لسيرورة اجتماعية تفاعلية تتداخل فيها الأبعاد التقنية والثقافية والرمزية.

في هذا السياق، يوضح Sherry Turkle أن الفضاء الرقمي أتاح إمكانيات غير مسبقة لتجريب الذات وإعادة تشكيلها، حيث يمكن للأفراد تبني هويات متعددة ومتغيرة. (Turkle, 2011) كما ترى danah boyd أن الهوية الرقمية تبنى ضمن ما تسميه "الجمهير الشبكية Networked Publics"، حيث تتشكل الذات من خلال التفاعل المستمر مع الآخرين.

الهوية الافتراضية كأداء اجتماعي

يمكن فهم الهوية الافتراضية في ضوء المقاربة الدراماتورجية، حيث يقدم الفرد ذاته كـ «عرض» أمام جمهور رقمي. وفي هذا الإطار، يؤكد Erving Goffman أن الأفراد يسعون إلى إدارة الانطباعات التي يكونها الآخرون عنهم، من خلال التحكم في المعلومات التي يعرضونها.

وقد تم توسيع هذا الطرح في البيئة الرقمية، حيث يشير Alice E. Marwick إلى أن المستخدمين يمارسون ما يعرف بـ «الإدارة الاستراتيجية للذات (Strategic Self-Presentation)»، عبر اختيار الصور والمنشورات التي تعزز صورتهم الاجتماعية. كما يضيف Zizi Papacharissi أن الهوية الرقمية أصبحت مرتبطة بـ «الأداء العاطفي» داخل الشبكات، حيث يعبر المستخدمون عن ذواتهم من خلال أنماط تواصل رمزية وعاطفية.

ضمن مجتمع الشبكات، تصبح الهوية الافتراضية عنصرا محوريا في تشكيل العلاقات الاجتماعية والسلطة الرمزية. ويؤكد Manuel Castells أن الهوية في العصر الرقمي تبنى من خلال عمليات الاتصال داخل الشبكات، حيث تتداخل الهويات الفردية والجماعية.

كما أن هذه الهوية تسهم في إعادة تشكيل مفاهيم الانتماء، والمواطنة الرقمية، والمشاركة الاجتماعية، مما يجعلها محورا أساسيا في دراسة مستخدمي الأنترنت.

خصائص الهوية الافتراضية في البيئة الرقمية

تتسم الهوية الافتراضية بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن الهوية التقليدية:

- **التعددية (Multiplicity):** إمكانية امتلاك الفرد لهويات متعددة عبر منصات مختلفة.
- **المرونة (Fluidity):** هوية غير ثابتة، تتغير باستمرار وفق السياقات الرقمية.
- **الانتقائية (Selectivity):** تحكم المستخدم فيما يظهره من معلومات، وهو ما ينسجم مع مفهوم "الإفصاح الانتقائي".
- **الترباط الشبكي (Networked Identity):** تتشكل الهوية ضمن علاقات شبكية، وليس بشكل فردي معزول.
- **القابلية للتتبع (Traceability):** حيث تترك الأنشطة الرقمية آثارا يمكن تحليلها، مما يجعل الهوية قابلة للرصد والدراسة.

رابعا: سيرورات بناء الهوية الافتراضية (Identity Construction)

تتكون الهوية الافتراضية من خلال مجموعة من الممارسات الرقمية اليومية، التي يمكن تحليلها ضمن ما يعرف بـ «سيرورات التملك (Appropriation)» ويشير Nick Couldry إلى أن هذه الممارسات ترتبط بإنتاج المعنى والتمثيل داخل الفضاء الرقمي.

وتشمل هذه السيرورات:

- إنتاج المحتوى: نشر النصوص والصور والفيديوهات.
- التفاعل الاجتماعي: التعليقات، الإعجابات، والمشاركة.
- إدارة الملف الشخصي: اختيار عناصر الهوية الرقمية (الاسم، الصورة، الوصف).
- الانخراط في المجتمعات الرقمية: الانتماء إلى مجموعات تعكس الاهتمامات والقيم.

خامسا: إشكاليات الهوية الافتراضية

رغم الإمكانيات التي توفرها الهوية الرقمية، إلا أنها تطرح عدة تحديات:

- ازدواجية الهوية: التوتر بين الهوية الواقعية والافتراضية.
- تآكل الخصوصية: نتيجة الإفراط في مشاركة البيانات.

- **رأسالية المنصات:** حيث يتم استغلال بيانات المستخدمين اقتصاديا، كما يشير Shoshana Zuboff إلى مفهوم "رأسالية المراقبة".
- **الضغط الاجتماعي الرقمي:** السعي إلى القبول الاجتماعي عبر الإعجابات والتفاعلات.
- **الهوية الزائفة والانتحال:** نتيجة سهولة إنشاء حسابات غير حقيقية.

المناهج والأساليب الكمية الحديثة لدراسة مستخدمي الأنترنت: تعكس الطرق الكمية تحولا منهجيا في دراسة المستخدمين، من الاعتماد على أدوات تقليدية محدودة إلى توظيف تقنيات رقمية متقدمة تسمح بتحليل السلوك في بيئته الطبيعية وبجسم واسع. كما أن تكامل هذه الأساليب يوفر فهما أكثر دقة لممارسات المستخدمين داخل الفضاء الرقمي.

تتمثل هذه الأساليب خاصة في:

أولا: تحليل البيانات الضخمة (Big Data Analytics)

يعد تحليل البيانات الضخمة من أبرز المقاربات الكمية الحديثة، حيث يعتمد على معالجة كميات هائلة من البيانات الرقمية التي ينتجها المستخدمون عبر المنصات المختلفة (مثل النقرات، الإعجابات، المشاركات، وسجل التصفح). وتتيح هذه الطريقة فهم أنماط السلوك الرقمي بشكل دقيق وفي الزمن الحقيقي. ويؤكد Viktor Mayer-Schönberger أن البيانات الضخمة تمكن الباحثين من الانتقال من دراسة العينات الصغيرة إلى تحليل مجتمعات رقمية كاملة.

وتعتمد هذه المقاربة عمليا على مجموعة من البرامج والأدوات الكمية التي تمكن من جمع البيانات ومعالجتها وتحليلها، حيث تستخدم منصات مثل Apache Hadoop وSpark Apache في تخزين ومعالجة البيانات الضخمة بشكل موزع وسريع، خاصة عند التعامل مع سجلات الاستخدام واسعة النطاق. كما يستخدم Python عبر مكتباته الإحصائية مثل Pandas و Scikit-learn في تحليل سلوك المستخدمين واستخراج الأنماط.

ثانيا: تحليل الشبكات الاجتماعية (Social Network Analysis)

يركز هذا الأسلوب على دراسة العلاقات والروابط بين المستخدمين داخل الشبكات الرقمية، من خلال تمثيلهم كعقد (Nodes) وروابط (Edges). ويسمح ذلك بفهم بنية الشبكات، وتحديد الفاعلين الأكثر تأثيرا، وأنماط انتشار المعلومات. ويشير Manuel Castells إلى أن فهم المجتمع الرقمي يتطلب تحليل بنيته الشبكية، حيث تتشكل السلطة والتأثير عبر هذه الشبكات.

وتعتمد هذه المقاربة الكمية على مجموعة من الأدوات والبرامج المتخصصة التي تمكن من جمع بيانات الشبكات وتحليلها بصريا وإحصائيا، حيث يعد Gephi من أبرز البرامج المستخدمة في تمثيل الشبكات وتحليل مؤشرات المركزية (Centrality) والكثافة (Density)، مما يسمح بالكشف عن الفاعلين الأكثر تأثيرا داخل الشبكة.

كما يستخدم NodeXL في استخراج وتحليل بيانات منصات التواصل الاجتماعي مثل X أو Facebook ، مع توفير أدوات جاهزة لرصد التفاعلات والوسوم (Hashtags) وتحديد المجتمعات الرقمية.

وبذلك، فإن تحليل الشبكات الاجتماعية يجمع بين البعد النظري الذي يركز على فهم البنية الشبكية للمجتمع الرقمي، والبعد التطبيقي الذي يعتمد على أدوات كمية متقدمة تمكن الباحث من تفكيك العلاقات الرقمية والكشف عن ديناميات التأثير والانتشار داخل الفضاءات الرقمية.

ثالثا: تتبع السلوك الرقمي (Digital Behavior Tracking)

يركز هذا الأسلوب على رصد وتحليل الأنشطة الرقمية التي يقوم بها المستخدمون أثناء تفاعلهم مع الإنترنت، مثل مسارات التصفح، مدة البقاء في الصفحات، النقرات، وأنماط التفاعل مع المحتوى. ويسمح ذلك بفهم السلوك الفعلي للمستخدم بدلا من الاعتماد فقط على التصريحات أو الاستبيانات، مما يعزز دقة النتائج ويقرها من الواقع. ويشير Shoshana Zuboff إلى أن تتبع السلوك الرقمي أصبح أساسا لفهم الاقتصاد الرقمي، حيث يتم تحويل التجارب الرقمية للمستخدمين إلى بيانات قابلة للتحليل والتنبؤ.

رابعا: الاستبيانات الإلكترونية (Online Surveys)

تعد الاستبيانات الإلكترونية من أكثر الأدوات الكمية استخداما في دراسة مستخدمي الإنترنت، حيث يتم تصميم استبيانات رقمية وتوزيعها عبر المنصات المختلفة للوصول إلى عدد كبير من المستخدمين بسرعة وتكلفة منخفضة. وتسمح هذه الأداة بقياس الاتجاهات، والدوافع، وأنماط الاستخدام، خاصة عند دمجها بأساليب تحليل إحصائي متقدم. ويؤكد Don A. Dillman أن الاستبيانات الإلكترونية تمثل تطورا مهما في منهجيات البحث، إذ تتيح جمع بيانات واسعة النطاق مع الحفاظ على جودة القياس إذا ما تم تصميمها وفق أسس علمية دقيقة.

وتعتمد هذه المقاربة على مجموعة من البرامج والأدوات الكمية التي تشمل مرحلتين أساسيتين: تصميم الاستبيان وجمع البيانات، وتحليلها إحصائيا.

خامسا: التجارب الرقمية (Online Experiments)

تستخدم التجارب الرقمية لاختبار العلاقات السببية بين المتغيرات، من خلال تعريف المستخدمين لظروف أو محتويات مختلفة وقياس استجاباتهم بشكل دقيق. وتعد هذه المقاربة من أهم الأساليب الكمية في البيئة الرقمية، لأنها تسمح بالانتقال من مجرد الوصف إلى تفسير العلاقة السببية بين المتغيرات. ومن أشهر تطبيقاتها اختبارات (A/B Testing) التي تعتمدها المنصات الرقمية لتحسين تجربة المستخدم واتخاذ قرارات مبنية على البيانات. وفي هذا السياق، يوضح Ron Kohavi أن التجارب العشوائية عبر الإنترنت أصبحت معيارا ذهبيا لاتخاذ القرار في الشركات الرقمية، لما توفره من دقة في قياس تأثير التغييرات على سلوك المستخدمين.

سادسا: تحليل المحتوى الكمي (Quantitative Content Analysis)

يستخدم هذا الأسلوب لتحليل المضامين التي ينتجها المستخدمون (مثل المنشورات والتعليقات)، من خلال ترميزها وتحويلها إلى بيانات رقمية قابلة للقياس الإحصائي، مما يسمح بالكشف عن الاتجاهات العامة والأنماط السائدة في الخطاب الرقمي. وقد أسهم هذا المدخل في تطوير الدراسات الإعلامية عبر الانتقال من التحليل الوصفي إلى التحليل المنهجي القائم على القياس. ويؤكد Klaus Krippendorff أن تحليل المحتوى الكمي يتيح استخلاص دلالات قابلة للتعميم من خلال الترميز المنظم للبيانات. وتعتمد هذه المقاربة على مجموعة من البرامج الكمية، من أبرزها:

- NVivo وMAXQDA، حيث يستخدمان في ترميز البيانات النصية وتحويلها إلى فئات قابلة للتحليل الكمي (خاصة في الدراسات المختلطة).
- Atlas.ti الذي يسمح بتحليل النصوص وربطها بأنماط دلالية قابلة للقياس.
- كما يمكن استخدام Python لاستخراج الكلمات الأكثر تكرارا وبناء مؤشرات كمية للنصوص (Text Mining)، إلى جانب SPSS لإجراء التحليلات الإحصائية بعد عملية الترميز.

سابعا: تحليل المشاعر (Sentiment Analysis)

يعتمد تحليل المشاعر على تقنيات الذكاء الاصطناعي ومعالجة اللغة الطبيعية (NLP)، بهدف قياس اتجاهات المستخدمين (إيجابية، سلبية، محايدة) تجاه موضوع معين، ويستخدم بشكل واسع في دراسة الرأي العام الرقمي. ويشير Bing Liu إلى أن تحليل المشاعر يعد من أهم تطبيقات تحليل النصوص، حيث يسمح بفهم مواقف المستخدمين بشكل آلي وعلى نطاق واسع.

ثامنا: النمذجة الإحصائية والتنبؤية (Statistical & Predictive Modeling)

تشمل هذه المقاربة استخدام تقنيات متقدمة مثل الانحدار، وتحليل العوامل، ونماذج التعلم الآلي، بهدف تفسير السلوك الرقمي والتنبؤ به. وتستخدم هذه النماذج في فهم تفضيلات المستخدمين واتجاهاتهم المستقبلية، مما يجعلها أداة مركزية في الدراسات الكمية المعاصرة. ويؤكد Trevor Hastie أن النماذج الإحصائية والتنبؤية تمكن من اكتشاف العلاقات الخفية داخل البيانات والتنبؤ بالسلوك المستقبلي بدقة عالية.

المناهج والأساليب الكيفية الحديثة لدراسة مستخدمي الأنترنت

تركز الأساليب الكيفية الحديثة على فهم تجربة المستخدمين الرقمية من منظور اجتماعي، ثقافي، وسلوكي، مع مراعاة طبيعة التفاعل في الفضاء الرقمي. وتسمح هذه الأساليب بالكشف عن الدوافع والأنماط الخفية للسلوك، والتي قد لا تظهر من خلال المقاربات الكمية فقط، مما يعزز فهم دور المستخدمين كفاعلين نشطين داخل الشبكات الرقمية.

أولاً: الإثنوغرافيا الرقمية (Digital Ethnography / Netnography)

تعد الإثنوغرافيا الرقمية تطوراً للمناهج الإثنوغرافية التقليدية لدراسة المجتمعات عبر الإنترنت. وتركز على ملاحظة السلوكيات والتفاعلات داخل المجتمعات الرقمية، مثل منصات التواصل الاجتماعي، ومنتديات النقاش، والألعاب الجماعية عبر الإنترنت. ووفقاً لـ Robert Kozinets، تتيح الإثنوغرافيا الرقمية فهم العادات، والممارسات، والتوجهات الثقافية للمستخدمين من منظور شامل. تساعد هذه الطريقة على اكتشاف السياقات الاجتماعية التي تشكل تفاعلات المستخدمين، سواء في الفضاء العام أو الخاص داخل المنصات الرقمية.

ثانياً: المقابلات المتعمقة (In-depth Interviews / Semi-structured Interviews)

تتيح هذه الطريقة دراسة الخبرات الفردية للمستخدمين وفهم دوافعهم واستراتيجياتهم في استخدام الوسائط الرقمية. تركز على جمع بيانات وصفية عميقة حول السلوكيات الرقمية والتفاعلات مع المحتوى الرقمي. ويمكن إجراء المقابلات عبر أدوات رقمية مثل الفيديو كونفرنس أو عبر المنصات النصية، ما يعكس طبيعة الاستخدام الرقمي للمشاركين.

ثالثاً: مجموعات التركيز الرقمية (Online Focus Groups)

تسمح بدراسة التفاعلات المتعددة بين المستخدمين لفهم تصوراتهم المشتركة حول محتوى أو منصة معينة. يتيح استخدام أدوات رقمية إجراء مجموعات تركيز افتراضية، مما يوسع دائرة المشاركين جغرافياً، وتساعد على تحليل اللغة والتعبيرات والمواقف تجاه المحتوى الرقمي، بالإضافة إلى ديناميات المجموعة الرقمية.

رابعاً: تحليل المحتوى النوعي (Qualitative Content Analysis)

يتم من خلاله دراسة النصوص الرقمية، والتعليقات، والمنشورات، والرسائل، بهدف الكشف عن المعاني والأنماط الرمزية والثقافية في تفاعلات المستخدمين.

خامساً: الإثنوغرافيا البصرية الرقمية (Visual Digital Ethnography)

تركز على تحليل الصور والفيديوهات والرسوم المتحركة التي يشاركها المستخدمون عبر الإنترنت، بهدف دراسة الثقافة البصرية وسلوكيات التواصل الرقمي.

بالتوفيق